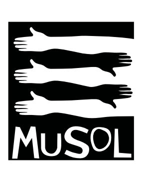
MIGRACIÓN, REMESAS E INVERSIÓN PRODUCTIVA

En la zona sur de la ciudad de Cochabamba













© Centro Vicente Cañas
Director: Enrique Zabala, SJ
Calle Bélgica entre Francia y Italia Nº 116 Valle Hermoso
Teléfono: (4) 4762275
Correo electrónico: cvc@uramanta.org

Primera edición 2011

Coordinador de la investigación: Gustavo rodríguez Ostria

Investigadores:
Susana García Romero
Gabriela Gómez Guerra
Rodrigo García Ayala
Neila Maroff Claros
Jorge Cruz Calla

Imágenes:
Jerónimo Rivero

Colaboración:
Docente: Mgs. Ruth Quintanilla
Universitarios Carrera de Psicología 8vo. Semestre 2010 (Universidad Mayor de San Simón)
Docente: Mgs. Claudia Delgadillo
Universitarios Carrera de Psicología 2da. Gestión 2010 (Universidad Católica Boliviana)

Edición: Ana María Bravo G.

ISBN:

Depósito legal:

Impresión:
Live Graphics

PRESENTACIÓN

El presente trabajo pretende identificar los factores que explican el porcentaje de inversión de las remesas a nivel local, entendiéndose como inversión todos los recursos que son dirigidos a “actividades productivas” como la apertura de un negocio, la compra de títulos financieros, la adquisición de bienes inmuebles y otros más.

Para todos es ya conocido, por intuición o por estudios anteriores, que el nivel socioeconómico de un receptor influye considerablemente en su decisión de invertir las remesas. Si el receptor es de bajos ingresos tenderá a destinar las remesas en gastos diarios de alimentación o vestimenta (consumo primario); no obstante, un receptor adinerado tiene una mayor posibilidad de dirigir el dinero a inversiones, puesto que sus necesidades básicas están del todo satisfechas.

Por otra parte, una persona con más años de escolaridad tendría mayor probabilidad de invertir las remesas que otra sin el suficiente nivel educativo; esto, porque conoce y maneja mejores elementos y herramientas para llevar a cabo una inversión. Sin embargo, hasta ahora no conocemos “en cuánto” estos factores explican el porcentaje de inversión de un receptor de remesas. La necesidad de conocer explícitamente la magnitud de estos y otros factores, a la hora de explicar el porcentaje de inversión de remesas, conlleva al interés de mejorar el contexto local y la posibilidad de que exista mayor ingreso laboral a otros sectores desfavorecidos.

Para llevar a cabo un análisis estadístico y econométrico se ha decidido construir una base de datos propia sobre los receptores de remesas. Esto, por la poca y desactualizada información que actualmente existe sobre los migrantes y sus familiares en el Banco Central de Bolivia (BCB) y el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Así, con base en una extensa investigación de campo, dentro de las principales ciudades receptoras de remesas, se recolectó la información necesaria. De esta manera, el presente estudio provee de datos vitales y elementos de juicio para todo

aquel que desee analizar el entorno microeconómico de las remesas en el contexto de la zona sud de la ciudad de Cochabamba.

Finalmente, tomando en cuenta los resultados se ha elaborado tres planes de negocio y dos apéndices que ayudarán a formalizar y ver entidades financieras que colaboren a la inversión productiva y recomienden políticas de acción por parte del Gobierno y demás instituciones con la finalidad de promover la inversión de las remesas.

Finalmente, agradecemos a la cooperación de la Generalitat Valenciana y Compromiso Social Bancaja por haber financiado los estudios y a las familias entrevistadas que colaboraron para la realización del documento, además reconocer a las personas que colaboraron directa e indirectamente en la realización de este material.


SINOPSIS

MIGRACIÓN, REMESAS E INVERSIÓN PRODUCTIVA

INTRODUCCIÓN

Bolivia es uno de los tres países más pobres de América Latina, al menos seis de cada 10 bolivianos viven con ingresos por debajo de la línea de la pobreza. Al mismo tiempo, presenta elevados índices de desigualdad: el ingreso medio del 10% de la población con mayores ingresos es 15 veces más grande que el ingreso del 10% de la población más pobre.

La combinación de elevada pobreza y desigualdad es una de las características más distintivas de la economía boliviana y es una de las causas que determinan las bajas tasas de crecimiento potencial. El caso boliviano presenta uno de los más bajos índices de Desarrollo Humano en el mundo con 0,729 (Desarrollo humano medio - puesto 113 de 182 países). Un índice de pobreza del 30,3%,(la población vive con menos de dos dólares diarios) el segundo más alto en América Latina después de Nicaragua; con el cuarto peor Índice de Calidad de Vida (5,492) después de Honduras ,Guatemala y Haití; el tercer país con la mayor desigualdad de ingresos (Índice Gini) después de Haití y Colombia.

Frente a este contexto, la investigación estudió y analizó la migración internacional en dos fases. Primero en la identificación de las causas de la migración según un modelo de desarrollo que considera aspectos determinantes en tres niveles: individual, del hogar y de la comunidad de residencia. Segundo la evaluación de los efectos de la migración en el desarrollo local de los distritos 8, 9 y 14 de la zona sud de Cochabamba y la calidad de vida de los hogares que hacen uso productivo de las remesas que reciben (ingresos familiares, calidad de la vivienda y patrimonio del hogar).

El Centro Vicente Cañas, a través del Programa de Migración, fue abordando los problemas y dificultades que enfrentan las familias que están vinculadas a la migración. A través de esta investigación, se buscó conocer el contexto social y económico de las familias para luego presentar el diseño de iniciativas de inversión productiva en la zona sur con los aportes que

reciben de las remesas. Finalmente, presenta criterios para fortalecer y orientar la inversión productiva que potencien el proyecto.

LA MIGRACIÓN UNA OPCIÓN DE VIDA

Para la presente investigación, se han trabajado algunos conceptos como el de migración, remesa e inversión productiva.

La migración internacional es un tema que ha merecido el estudio de muchos investigadores, debido a que es un fenómeno de alto impacto social y económico tanto en los países receptores como en los expulsores; como también en las familias involucradas en el fenómeno migratorio. Por su complejidad merece ser abordado desde diferentes disciplinas y enfoques. Es así que la economía, la sociología, la demografía y la antropología abordan la realidad migrante, dándole de este modo un enfoque interdisciplinario.

El flujo migratorio está condicionado por características sociales, culturales, económicas y regionales. Por eso, el movimiento de personas se vuelve único para cada zona del mundo; ello hace que con el paso del tiempo todas las características anteriormente mencionadas se vayan modificando. Se puede decir que la migración evoluciona, se transforma y cambia de circunstancias por las cuales se originó, a pesar de esto, las interrogantes planteadas por estos desplazamientos masivos de personas siguen siendo las mismas.

Los datos que brinda el Centro Scalabriniano de Estudios Migratorios de Brasilia sobre los flujos migratorios del 2010 son relevantes. Presenta la magnitud de este fenómeno en el mundo con 214 millones de migrantes internacionales. Esto representa el 3,1% de la población mundial, de los cuales el 49% son mujeres. La mayoría se concentra en Europa, Asia y América del Norte 84%. En América Latina reside cerca del 3,4% del total de migrantes internacionales (7,4 millones de personas), dejando a la región como una de las áreas con menor proporción de migración.

En Bolivia se ha visto en los últimos años un elevado número de personas que optan por mejorar sus condiciones de calidad de vida. Los datos muestran que en el 2008 la mayor parte de los bolivianos en el exterior se encontraban en Sudamérica, región que alberga al 64% de los migrantes. Brasil y Chile, mantienen cuotas de participación del 4% y 3% y Argentina con el 52%. En Europa se concentraba el 21%. En Norte América 14%, en Centro América y el Caribe menos de 1%. Cabe reconocer la creciente importancia de España como destino de la migración de los bolivianos.

Para el 2010, el Banco Mundial dio a conocer que 684.600 bolivianos están en el exterior, o sea, el 6,8 % de la población total. De esta cifra, el 5,5 % vive en Argentina, el resto se divide entre Estados Unidos, España y Brasil. Todos estos países concentran al 82% de los migrantes bolivianos.

En los últimos años, se han dado a conocer varias cifras estadísticas. Éstas son estimaciones, ya que no existen instituciones públicas ni privadas que den a conocer a ciencia cierta los datos estadísticos sobre el número real de personas que están fuera del país.

EL APORTE DE LAS REMESAS A LA ECONOMÍA BOLIVIANA

Durante los últimos años, el ingreso por remesas que recibió Bolivia mostró montos significativos alcanzando $us 1.097 millones al cierre del 2008. Cabe destacar que el ingreso por remesas pasó de $us 83 millones en 2002 a $us 1.020,5 millones en 2007. Por otra parte, en 2008 el ingreso por remesas resultó de $us 1097 millones, pese a la desaceleración del crecimiento de la economía mundial y la disminución de los flujos migratorios, particularmente hacia España.

Las remesas provenientes de España pasaron de 16% en el número de transacciones y 9% en el valor en 2004, a 38% en número de transacciones y 48% en el valor en 2008. El ingreso del exterior que recibe Bolivia por concepto de remesas provienen principalmente de tres países: España con 34% del total en 2008, Argentina con 28% y EEUU con 20%. Para el 2010, este monto es menor en 9,3% respecto del percibido en similar periodo de 2009. El año pasado, el flujo de remesas de trabajadores aumentó progresivamente en concordancia con una paulatina recuperación de la economía mundial, ya que captó $us 939 millones, monto que representa el 4,8% del Producto Interno Bruto (PIB). Las remesas provinieron, principalmente, de España con 40%; Argentina con 21% y Estados Unidos con 17%.

La caída de las remesas se dio desde el 2008. Las remesas que enviaron los bolivianos residentes en el extranjero a sus familias en 2010 cayeron en 10% respecto a similar período de 2009. El monto recibido alcanzó a $us 521 millones y la caída del 10% es considerada “moderada” por la banca estatal “en el contexto de la crisis económica mundial”, advertida sobre todo en la Unión Europea y Estados Unidos, que afrontaron “altos niveles de desempleo”.[1]

LA RECESIÓN INTERNACIONAL Y EL PIB

El factor desencadenante de la caída ha sido la recesión internacional, que aumentó el desempleo en Europa y en Estados Unidos. España experimentó un mayor desempleo, al

1 Publicado por Gabriela Imaña - La Prensa - 6/08/2011

elevarse del 8,3% en 2007, al 11,4% en 2008, al 18% en 2009 y a septiembre de 2010 al 20,8%. En Estados Unidos el desempleo creció de 4,6% en 2007 a 5,8% en 2008, a 9,3% en 2009 y a septiembre de 2010 a 9,6%.

La comparación de las remesas con el PIB, entre el año 2000 y 2009, tiene la misma evolución. De 2000 a 2003, el promedio fue de 1,6%. En 2004 hubo un leve aumento. Entre 2005 y 2008, se registraron los más fuertes ingresos con un promedio de 5,1%, siendo el 2007 el punto máximo con 7,9%. Pese a que en 2008 se anotó el mayor nivel de remesas, respecto al PIB, la incidencia bajó a 6,5% y en 2009 no llegó al 6%.

LAS REMESAS SON EL VÍNCULO EN EL ENTORNO FAMILIAR

El ingreso de remesas del exterior ha contribuido a mejorar el nivel de vida de las familias receptoras. Además, las remesas tienen una participación importante en los ingresos de la cuenta corriente de la balanza de pagos y es una fuente importante de ingreso de divisas que favorece a la acumulación de Reservas Internacionales por parte del Banco Central de Bolivia.

Uno de los mecanismos más importantes para afrontar esta situación de bonanza económica, por parte de los remitentes de remesas como de sus familias, es incrementar la porción de ingresos destinados a bienes y servicios vitales, utilizando los fondos que hubieran sido destinados al ahorro o la inversión. Sin embargo, existen límites sobre el grado en que esas medidas pueden compensar un menor ingreso.

Se estima que para el 2010 alrededor de 728 mil bolivianos, 8% de la población total recibieron remesas. De ellos, el 70% se encuentran en zonas urbanas y que destinan el 60% del dinero recibido a los gastos corrientes como ser: alimentación 28%, educación de los miembros del hogar 18% y al ahorro 15%.

Desde una perspectiva de desarrollo, el ahorro o la inversión del 20% al 40% de las remesas es vital para que una familia pueda alcanzar su independencia financiera a largo plazo. Utilizar mayor cantidad de fondos para adquirir bienes y servicios esenciales tiene hoy un precio en términos de ingresos potenciales en el futuro. Inevitablemente, las cifras de remesas no reflejan necesariamente los diferentes impactos que la crisis tiene en distintas regiones de cada país ni tampoco a nivel familiar. Mientras pueden existir reducciones porcentuales de remesas a un país en general, el impacto será mayor en los hogares de aquellos que se ven imposibilitados de enviar dinero alguno.

Las remesas sostienen a millones de familias por sobre la línea de pobreza en toda la región y una significativa reducción de este flujo durante el próximo año disminuirá la efectividad de las remesas como mitigador de pobreza; elevando, por consiguiente, la demanda de servicios sociales y de redes de apoyo familiar. Tanto los migrantes como sus familias son extremadamente importantes para las economías de sus lugares de origen mediante. Lo que se denomina las cinco Tes: Turismo, Transporte, Transacciones comerciales, Telecomunicaciones y Transferencias de remesas.

Estas actividades de los inmigrantes crean un importante vínculo económico transfronterizo que tiene efectos sobre economías locales, empresariales e incluso sobre las economías nacionales. Las remesas son de carácter económico pero presentan, también, vínculos sociales pues se dan a partir de la solidaridad, reciprocidad y obligatoriedad; éste reúne a familias migrantes con sus parientes y amigos a pesar de las relaciones trasnacionales. Aunque es evidente que los envíos de remesas son individuales, con carácter privado y de montos pequeños, se han convertido en un factor macroeconómico de gran importancia en Bolivia y en el lugar de origen del migrante.

El abordar las remesas desde el aspecto económico nos da pautas para comprender el valor de estos ingresos para realizar una propuesta con la temática de inversión productiva.

El ingreso de las remesas, a las familias de la zona sud de Cochabamba, son ingresos medios que son importantes en su desarrollo humano y económico; no sólo en el incremento para las familias receptoras sino también a nivel macroeconómico. Sin embargo, es importante analizar y reflexionar sobre lo que se entiende como desarrollo en educación y salud, que son las áreas donde más se ha invertido las remesas.

Las familias de la zona sud muestran que el 97% reciben remesas y sólo un 3% no recibe. Con respecto a la periodicidad, encontramos que el 88,2% envía remesas mensualmente a las familias, siendo el porcentaje más alto; seguido del trimestral en un porcentaje bajo de sólo 4,1%. El bimestral con un 2,3% que envían remesas, según los resultados de la encuesta a familias vinculadas con la migración. Por tanto, las frecuencias de envíos son mensuales, bimensuales, trimestrales, semestrales y hasta envíos que se realizan una vez al año.

Observamos que en un 8,3% de los migrantes definen los montos función de las inversiones a realizar en el lugar de origen y un 5,6% lo hace en función al ahorro. Estimamos que estas variables, inversiones y ahorro, configuran el inicio de una tendencia a la capitalización en negocios o en la adquisición de terrenos (lotes).

El 51% de las familias recibe una remesa de 200 a 300 dólares; pero el 24,4% recibe de 100 a 200 dólares. Este ingreso es superior a los trabajos complementarios que realiza la familia. El siguiente cuadro nos muestra el ingreso por concepto de trabajo en las familias en sólo el 22%. Cuando se conoce quiénes son los que envían las remesas se puede observar cual es la tendencia de relación que existe entre las personas que se van y los que se quedan. Para el estudio encontramos que el 35% son el padre y madre; 23,9% su hijo/hija y sólo el 17,8% hace referencia al esposo o esposa.

CONTEXTO ECONÓMICO

El eventual retorno de los migrantes bolivianos de España se producirá en tanto las condiciones en el país les permitan pensar en un futuro distinto del pasado que los obligó a emigrar. Esta razón hace fundamental analizar el contexto económico que vivirá Bolivia y Cochabamba en los próximos años, con el objetivo de ofrecer un panorama general de la estructura de la economía nacional y regional, así como sobre su potencial evolución.

Con el contexto económico analizado es pertinente describir algunos hechos relacionados con la presencia de un mar de nuevas empresas en el país, teniendo en cuenta que la creación de una empresa sería la principal alternativa para aquellos que deseen retornar al país.

Un aspecto relevante, de la nueva estructura del empleo en el país, es la generación de empleo propio. El perfil del trabajador urbano boliviano es el del empleado por cuenta propia, en emprendimientos pequeños y la mayor parte de las veces desde la informalidad. “En Bolivia el 64% del empleo en 2009 se desarrolló en empresas familiares, por el 15% que lo hizo en empresas de mayor número de empleados”[2]. FUNDAEMPRESA reportó que en 2010 la base empresarial de Bolivia creció en un 16% respecto al año anterior, alcanzando las 48 mil empresas. Sólo en Cochabamba existen 8 mil empresas, habiéndose creado más de 1.480 a nivel nacional entre julio de 2009 y julio de 2010. Casi dos tercios de este universo son empresas unipersonales.

Esta situación se explica por la gran dificultad para encontrar un empleo, lo que motiva a mucha gente a empezar negocios por necesidad. En este sentido, la precariedad del empleo y la dificultad para encontrar uno nuevo, siguen siendo una realidad en Bolivia. Sumado a esto, quienes deciden empezar un emprendimiento se enfrentan con dificultades para conseguir el dinero suficiente para invertir o crecer. Los hogares en Bolivia tienden a crear empresas utilizando los activos del hogar como manera de reducir los costos de instalación y funcionamiento del negocio. De acuerdo con la encuesta de hogares - Encuestas y Medición de Condiciones

2 A nivel urbano estos porcentajes cambian a 47% y 22% en familiares y empresas más grandes, respectivamente. De cualquier manera, la importancia prevalece.

de Vida EH - MECOVI 2002 tan sólo una fracción menor al 20% de los negocios, en Bolivia, destina un lugar exclusivo para sus actividades empresariales. La utilización del domicilio (32%) y la utilización de puestos (31%) hacen el resto. Para Cochabamba, la proporción de hogares que utilizan sus viviendas para el negocio alcanza casi el 40%; mientras que solamente el 14% destina un lugar exclusivo. Éste es tan sólo un dato que refleja esta situación.

Los beneficios pueden ser importantes para el emprendedor. Los ingresos de quienes poseen un negocio o empresa son marcadamente superiores a los de un dependiente. En promedio, un empleador llegó en 2009 a percibir 2,5 veces más que un empleado y hasta cinco veces más que un obrero.

Un aspecto remarcado en varios estudios (Muriel y Jemio 2010; Wanderley 2009) es la baja productividad de las Pequeñas y Medianas Empresas (P.Y.M.E.S.). En el país las P.Y.M.E.S. concentran más del 85% del empleo; pero su aporte al P.I.B. permanece limitado.

En el documento se ha remarcado los eslabonamientos de los sectores más dinámicos de la economía con los de mayor empleo. Es evidente la imperiosa necesidad de aumentar la productividad de estas empresas, para que los beneficios del crecimiento económico puedan ser recibidos por la población. Los mecanismos para lograrlo los beneficios pasan por muchas partes como ser: acceso a la tecnología, a los créditos, mejora en las relaciones entre productores para crear clúster, innovación y diferenciación de los productos y un largo etcétera.

Sin embargo, muchos de estos aspectos van más allá de las posibilidades del ciudadano boliviano que desea retornar al país; a excepción de la posibilidad de traer ideas y conocimientos para crear empresas nuevas. Estos conocimientos adquiridos en el extranjero, se debe buscar la manera de transferirlos a los con nacionales con la posibilidad de replicarlos con fines comerciales en el país. En la siguiente sección se presentan un par de propuestas en sectores que podrían ser rentables a manera de referencia. Es indispensable transmitir a los migrantes la importancia de traer modelos de negocios y conocimientos innovadores, a partir de su experiencia en el extranjero, que permitan iniciar emprendimientos que vayan más allá de cubrir sus necesidades y les den la oportunidad de constituirse en empresarios exitosos.

En este sentido, es importante mencionar que la formalización de una empresa es una oportunidad para acceder a créditos como estrategia para apalancar recursos y lograr mayores economías de escala o emprendimientos de mayor magnitud. En particular, los microcréditos constituyen una alternativa válida para este fin, a pesar de ofrecer préstamos con las tasas más altas del mercado. En contrapartida, los requisitos son significativamente menores a los

que demanda la banca comercial tradicional, sobre todo en cuanto a la formalidad legal de la empresa y las garantías colaterales.

HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN

Cuando hablamos de las razones de la migración siguen siendo latentes los aspectos económicos, los que influyen en la decisión de salir del país. La falta de empleo es el porcentaje más alto por el que la gente migra según la encuesta llevada en el 2010 en la zona sud.

Las remesas tienen en promedio el siguiente destino: 23% alimentos, 18% educación, 19% en servicios básicos como agua, luz, teléfono y otros, 8% deudas, 7% arreglo y mantenimiento de vivienda, el 2% salud y sólo el 5% en ahorro, no se invierten en forma significativa en proyectos productivos.

Los resultados confirman que la mayoría de ingresos se gastan en necesidades básicas e inversiones sociales. Además, se ve que el 60% de los ingresos familiares se utilizan para el consumo, no dependiendo de si la familia recibe remesas o no. Situación que concuerda con lo señalado por Andrade-Eekhoff quien señala: "*Lo que estos hogares sí tienen es un poco más de ingreso para mitigar las necesidades cotidianas del hogar y asegurar que las necesidades básicas estén cubiertas*" (2004:5).

Si bien el consumo es el destino predilecto de las remesas, el 38% de las familias vinculadas con la migración a España manifiestan que planean establecer en el futuro algún tipo de negocio en la zona, mientras que el mayoritario 62% no tienen interés de abrir ningún negocio.

Ahora bien, de los hogares que reciben remesas, el 31% y 45% del ingreso familiar se conforman de remesas para hogares dirigidos sólo por hombres o por mujeres.

En el tema económico se ha visto necesario, por estas características, considerar aspectos de inversión que mejoren la calidad de vida de las familias. Esto con una visión de inversión en microempresas ubicadas en la zona sud que puedan ir generando mayor inversión y desarrollo local en la zona. Según el estudio de De La Fuente y Zegarra (agosto 2010), menciona que la economía del departamento de Cochabamba es la tercera economía en importancia del país de acuerdo a la magnitud de su Producto Interno Bruto (PIB), con una sostenida tendencia a una menor participación en el PIB de Bolivia en los últimos años.

Los sectores más importantes de la economía de Cochabamba son: la Manufactura con el 24% del PIB en 2009, la Agropecuaria 12% y el Comercio 9%.

La manufactura (sin refinación de hidrocarburos) y el transporte son los sectores con mayor incidencia en el PIB; sólo estos sectores tienen tasas de crecimiento promedio superiores a sus desviaciones típicas.

La manufacturera es el sector que tiene el mayor peso en la economía departamental, donde predominan los rubros de alimentos, bebidas, manufacturas de cuero, madera, textiles y refinación de petróleo. Éste emplea al 11% de los trabajadores. Coexisten sectores tradicionales organizados bajo formas semi empresariales y de trabajo por cuenta propia con sectores empresariales modernos, con diferentes niveles de productividad.

En el comercio que emplea al 15% de la mano de obra del departamento, se observa la existencia de empresas comerciales modernas junto a pequeños comerciantes que precariamente generan su fuente de trabajo por cuenta propia con baja productividad y reducidos ingresos. Con estos datos, la investigación realizó estudios de mercado y planes de negocios que están enmarcados en la manufactura como principal indicador y se eligieron tres rubros que son: confección en jeans para mujeres, panadería y servicios de atención a eventos sociales.

CONCLUSIONES

Pensar en la experiencia migratoria como una experiencia privada–familiar reduce las posibilidades de observar la situación de muchas familias como un problema que vive la sociedad y la capacidad de protección a las familias que quedaron. La migración produce muchos cambios en la vida de las familias, en sus proyectos personales y en su entorno, barrio, colegio y trabajo.

La situación de las familias de la zona sud, sobre todo de aquellas que viven en condiciones de elevada precariedad, no ha cambiado sustancialmente con la migración.

Al final, las familias deben soportar un mayor sacrificio en sus vidas como consecuencia de la migración que les ha traído inestabilidad social, emocional, económica e inclusive de valores que las determinan. La mayoría de los entrevistados expresan que la migración no les ha permitido crear las condiciones que habían esperado de ella. La esposa de un migrante de Nueva Vera Cruz dice: ***"…económicamente estamos inestables, porque mi marido dice que la situación está difícil en España y no consigue trabajo…".***

En particular los familiares de los migrantes con hijos en Bolivia dicen que las remesas apenas alcanzan para cubrir los gastos de vida, con un poquito de comodidad. En este grupo de migrantes es común encontrar serias dudas sobre la decisión de volver a acudir a la migración como una alternativa para mejorar la economía familiar.

La migración dentro de una comunidad transforma las relaciones cotidianas de las familias. Se experimentan cambios de actitudes, nuevos valores, perspectivas y planes de futuro. El convivir con la migración representa soportar nuevas experiencias que afectan a la familia. Cuando disminuye la frecuencia del contacto de los migrantes con sus familiares, comunicaciones regulares, viajes periódicos, etc. se hace aún más confusa y difícil la reinserción en sus familias, ya que la adopción de nuevas costumbres crea descoordinación en las relaciones familiares que existían antes de migrar.

El cambio de la responsabilidad materna o paterna sobre los hijos de los migrantes requiere de adaptaciones de envergadura en los planes de vida de las hermanas y los hermanos, otros hijos e hijas, de los padres y las madres. Las mujeres asumen frecuentemente el rol de jefa de hogar; otras veces son los jóvenes quienes asumen el cuidado de los hermanos o los sobrinos. Este fenómeno lleva frecuentemente a que los padres migrantes pierdan poder frente a los jóvenes y los hijos que ya no reconocen su autoridad ni su papel educativo. Los jóvenes son los más afectados por la migración de sus padres. Ellos expresan el sufrimiento por la carencia de la figura y cuidados paternos y maternos con conductas rebeldes, gastos excesivos en bienes de consumo, desinterés por el futuro y complicaciones en el rendimiento escolar. El impacto de este tipo de actitudes es significativo para su futuro, ya que en el ámbito educativo los jóvenes van perfilando sus proyecciones profesionales. Por otra parte, se confirma la preocupación por las desigualdades generadas entre estos jóvenes y sus vecinos que no tienen acceso a muchos bienes de consumo frecuentemente exhibidos por los hijos de los migrantes. Otro tema relevante es la fragilidad de las relaciones de pareja. En las entrevistas realizadas, las parejas de los migrantes hacen constantemente referencia a esta fragilidad.

Por otro lado, si se pregunta a los jóvenes (hijos), si la migración es una opción. La respuesta es contundente frente a sus efectos negativos: ***"Nosotros sostenemos que la migración es vivida como una experiencia de muerte, que genera un dolor tan grande como la muerte…".*** La migración es tan dolorosa que los chicos no terminan de procesar lo vivido. No tienen los elementos suficientes como para entender lo que van viviendo y a menor edad mucho peor, aunque la migración sea exitosa. Ellos comentan cómo los extrañan o inclusive cómo los necesitan. A esto se suma las promesas a veces incumplidas.

Finalmente, la migración genera un nuevo tipo de ciudadanos que no se sienten ni de allá ni de acá. Han empezado a encontrar una forma de vida sin asentarse en los lugares que están, porque siempre está la nostalgia de la vuelta, pero esta vuelta trae consigo muchas inseguridades con relación al futuro.

El escenario económico global marca la diferencia entre países emergentes y desarrollados. Constituyéndose los primeros en los nuevos motores del crecimiento mundial. En este contexto, la perspectiva de la economía española es poco alentadora, especialmente para los trabajadores migrantes.

En cambio, la perspectiva de corto a mediano plazo de la economía boliviana es alentadora. Los altos precios de las exportaciones tradicionales (hidrocarburos y minerales sobretodo) y las buenas perspectivas de crecimiento de nuestros principales socios comerciales hacen pensar que el dinamismo observado en los últimos cinco años se mantendrá. Esto traerá como consecuencia el incremento de la inversión pública, que se ha dirigido a los sectores de infraestructura y servicios básicos. En contrapartida, la inversión privada se ha estancado a pesar de los más de tres mil millones de dólares de liquidez que existe en el sistema financiero. La mayor parte de la inversión privada se ha dirigido hacia los sectores inmobiliario y comercial. Asimismo, resalta que la mayor parte del empleo se concentra en los sectores con menor dinamismo de la economía. A pesar de ello, surgen problemas en la perspectiva de largo plazo: la inflación, la creciente deuda interna y el crecimiento concentrado en pocos sectores.

En cuanto a la economía cochabambina se aprecia que ésta no ha tenido el mismo dinamismo que la nacional al estar menos sustentada en la exportación de materias primas. A pesar de ello, la economía regional está orientada a la satisfacción del mercado local por estar geográficamente ubicada en el centro del país.

Existen, asimismo, patrones demográficos que ofrecen oportunidades para nuevos emprendimientos. Hay recursos importantes circulando en el sistema financiero para ser canalizados en inversiones productivas y habrá crecientes oportunidades a través de las micro financieras.

Es necesario, sin embargo, buscar alternativas de inversión que sean lo suficientemente innovadoras para permitir el crecimiento y mejorar la productividad, de manera que se creen empresa con potencial, no sólo para sobrevivir.

La necesidad de contar con puntos de vista desde los interesados se hace fundamental. Como siguiente paso de esta investigación sería, sin duda, valioso investigar los enfoques, las necesidades y las perspectivas de los migrantes radicados en España.

CONTENIDO

CAPITULO I



INTRODUCCIÓN

El Centro Vicente Cañas trabaja en los distritos 8, 9 y 14 de la zona sur de la ciudad de Cochabamba, a través de diversos programas de acción que interactúan fortaleciendo las capacidades personales y organizativas de los vecinos y vecinas de la zona.

Desde el Programa de Migración se coordinó el trabajo de una investigación con el objetivo de **conocer el contexto social y económico de las familias para el diseño de iniciativas de inversión productiva en la zona sur**; que permita, a partir de la realidad de los migrantes, conocer cuales son sus perspectivas de inversión en la zona desde los aportes de las remesas y fortalecerlas y orientarlas en temas de inversión productiva que potencien el proyecto *"Migraciones en tiempos de crisis: formación, información y acompañamiento de inmigrantes bolivianos en Valencia y de sus familias en Bolivia para el fomento del desarrollo local".*

En la primera parte, se repasa brevemente los aspectos metodológicos de la investigación y un análisis de conceptos que harán de preámbulo para iniciar la investigación. En la segunda parte, se describe el contexto donde se realizo el estudio. La tercera parte, analiza los principales aspectos de la migración en la zona sud de Cochabamba. En la cuarta parte, se revisan las remesas y su impacto en la economía local.

PRIMERA PARTE

1. Aspectos metodológicos del trabajo

1.1 Justificación

La importancia de investigar cuáles son los factores que explican el porcentaje de inversión de remesas por parte de los receptores radica principalmente en la repercusión social que genera dicho ingreso a nivel local y aportando con este ingreso también a nivel nacional a través de una canalización de remesas para la inversión productiva. En Bolivia, las remesas han mejorado el nivel de vida de miles de hogares y permitido dinamizar diversos sectores de la economía, generando una cantidad significativa de nuevas fuentes laborales.

Aproximadamente, 87.0 millones de personas hasta el mes de julio del 2011 se benefician con el envío de remesas que ingresan al país, la mayoría de estos han podido superar la línea de la pobreza y acceder a una mayor cantidad de bienes y servicios gracias al dinero que reciben del exterior. El acceso al mercado financiero y el uso de tecnología también se han visto afectados positivamente por la masiva entrada de remesas.[3]

El contexto macroeconómico de Bolivia nos señala que es uno de los tres países más pobres de América Latina, al menos seis de cada 10 bolivianos viven con ingresos por debajo de la línea de la pobreza, al mismo tiempo presenta elevados índices de desigualdad: el ingreso medio del 10 por ciento de la población con mayores ingresos es 15 veces más grande que el ingreso del 10 por ciento de la población más pobre. La combinación de elevada pobreza y desigualdad es una de las características más distintivas de la economía boliviana y es una de las causas que determinan las bajas tasas de crecimiento potencial.[4]

Bolivia presenta uno de los mas bajos índices de Desarrollo Humano en el mundo con 0.729 (Desarrollo humano medio - puesto 113 de 182 países), un Índice de Pobreza del 30,3% (la población tienen un ingreso menor de dos dólares diarios) el segundo más alto en América Latina después de Nicaragua, con el cuarto peor Índice de calidad de vida de 5.492, después de Honduras Guatemala y Haití, el tercer país con la mayor desigualdad de ingreso (índice Gini) después de Haití y Colombia.[5]

3 Banco central de Bolivia, "Nivel de remesas de trabajadores a diciembre 2010", nota de prensa.
4 PNUD 2010
5 PNUD 2010

El crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) anual per cápita de Bolivia alcanzó al 2010 4,13% siendo uno de los más bajos de América Latina después de Nicaragua, Haití y Honduras. El porcentaje de la población con niveles de consumo menores al costo de una canasta alimentaria es del 40%, dicha población está altamente concentrada en el área rural, cuya incidencia es del 74% y en 15 municipios llega al menos a 95% de la población, entre ellos los municipios cochabambinos de Tacopaya, Arque, Tapacarí, Morochata y otros. Los niveles de pobreza e indigencia son más bajos en las ciudades capitales como Cochabamba, La Paz y Santa Cruz (eje troncal).

Las condiciones de la vivienda y el acceso a los servicios básicos son los principales problemas de la zona sur. En más del 84% de las viviendas la distribución del agua es deficiente y más del 70% el servicio sanitario también es deficiente. La carencia de servicios hace que más del 75% de las viviendas presente un alto déficit en cuanto a condiciones de habitabilidad. Esta cifra muestra solo parte de la realidad de pobreza y marginación en la que viven los habitantes de la zona sud de Cochabamba, la cual también se muestra en la preocupante tasa de mortalidad infantil.

En resumen, la zona sur de Cochabamba se caracteriza por las graves carencias en cuanto a las condiciones de habitabilidad y la infraestructura urbana. Los datos presentados muestran una parte de la realidad de marginación que vive la población de esta zona. La mayoría migrante de la población de los Distritos 8, 9 y 14 (aproximadamente 30%) que ha migrado a España busca mitigar esta situación de marginación y carencias con la esperanza de mejorar sus condiciones de vida.

Analizando los datos macroeconómicos de Bolivia muestran que hay elevados índices de desigualdad. La combinación de estos niveles bajos de inversión productiva, las bajas tasas de ahorro y desigualdad son las características más distintivas de la economía boliviana y es una de las causas que determinan las bajas tasas de crecimiento potencial.

> *Frente a este contexto, la investigación estudiará y analizará la migración internacional en Cochabamba en los distritos 8, 9 y 14 hacia España en dos fases, i) la identificación de las causas de la migración mediante el desarrollo de un modelo que considera aspectos determinantes en tres niveles: individual, del hogar y de la comunidad de residencia, y ii) la evaluación de los efectos de la migración sobre el desarrollo local de los distritos 8, 9 y 14 de la zona sud de Cochabamba, la calidad de vida de los hogares en origen concentrada en el uso productivo de las remesas internacionales (ingresos familiares, calidad de la vivienda y patrimonio del hogar).*

Para este estudio se formularon las siguientes preguntas:

¿Cuáles son las características socioeconómicas de las familias relacionadas con la migración? y ¿cómo a través de la canalización de remesas se proponen emprendimientos productivos, potenciales en el mercado para impulsar el desarrollo local en los distritos 8, 9 y 14 de la zona sud de Cochabamba el 2010?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Identificar iniciativas de inversión productiva que permita la canalización de remesas de las familias migrantes para impulsar su sostenibilidad económica, mejora en la calidad de vida y el desarrollo local en los distritos 8, 9 y 14.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Identificar las causas de la migración mediante el desarrollo de un modelo que considera aspectos determinantes en tres niveles: individual, del hogar y de la comunidad de residencia.
2. Evaluar los efectos de la migración sobre el desarrollo local de los distritos 8, 9 y 14 de la zona sud de Cochabamba y la calidad de vida de los hogares en origen concentrada en el uso productivo de las remesas internacionales (Ingresos familiares, calidad de la vivienda y patrimonio del hogar).
3. Determinar el impacto económico de las remesas y sus efectos en el tejido social.
4. Describir la inversión productiva en Bolivia.
5. Reconocer las oportunidades de negocio en el contexto local y nacional.
6. Identificar mercados potenciales para las iniciativas de inversión productiva.
7. Diseñar planes de negocio para la inversión productiva en la zona.
8. Determinar los procesos legales y trámites exigidos para el establecimiento de emprendimientos de inversión productiva.

1.3 Marco conceptual

Para la investigación se ha trabajado a partir de tres conceptos:

a) Canalización de remesas

La canalización de remesas es uno de los mecanismos más importantes para afrontar la situación económica y social por parte tanto de los remitentes de remesas como de sus familias. Es incrementar la porción de ingresos destinada a bienes y servicios vitales mediante la utilización de fondos que hubieran sido destinados al ahorro o la inversión. Sin embargo, existen límites sobre el grado en que esas medidas pueden compensar un menor ingreso.

Desde una perspectiva de desarrollo, el 20 al 40% de las remesas que se destina al ahorro o la inversión es vital para que una familia pueda alcanzar su independencia financiera a largo plazo. Utilizar mayor cantidad de fondos para adquirir bienes y servicios esenciales hoy tiene un precio en términos de ingresos potenciales en el futuro.

Inevitablemente, las cifras agregadas de remesas no reflejan necesariamente los diferentes impactos que la crisis tiene en distintas regiones de cada país ni tampoco a nivel familiar. Mientras que pueden existir reducciones porcentuales de remesas a un país en general, el impacto será mayor en los hogares de aquellos que se ven imposibilitados de enviar dinero alguno.

Las remesas sostienen a millones de familias por sobre la línea de pobreza en toda la región, y una significativa reducción de este flujo durante el próximo año disminuirá la efectividad de las remesas como mitigador de pobreza, elevando por consiguiente la demanda de servicios sociales y de redes de apoyo familiar. Tanto los trabajadores migratorios como sus familias son extremamente importantes para las economías de sus lugares de origen mediante lo que se denomina las cinco T: turismo, transporte, transacciones comerciales (nostálgicas), telecomunicaciones y transferencias (de remesas).

Estas actividades de los emigrantes crean un importante vínculo económico transfronterizo que tiene efectos sobre economías locales, empresas e incluso sobre las economías nacionales.

b) Emprendimientos productivos

En el contexto empresarial, la **inversión** es el acto mediante el cual se adquieren ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.

La inversión es toda materialización de medios financieros en bienes que van a ser utilizados en un proceso productivo de una empresa o unidad económica, comprendería la adquisición tanto de bienes de equipo, materias primas, servicios etc.

c) Desarrollo local

El desarrollo local es un fenómeno complejo de la evolución de los individuos sociales, los colectivos en que se integra y de la sociedad local, también de las estructuras económicas y sociales y por último de los sistemas ambientales en que se desenvuelve, de esta manera son estos los que exigen un enfoque de un sistema, integral, donde el factor decisivo es el hombre y la dirección de las acciones e intervenciones tienen que estar orientadas al desarrollo del individuo social, a la elevación de su bienestar, sobre la base del incremento continuado y sostenible del rendimiento de la producción social, de la eficiencia de la gestión económica y del mejoramiento de las condiciones de vida y trabajo, así como ambientales, en las que se desenvuelve el ser humano.

Se trata de un concepto sustantivo que alude a una cierta modalidad de desarrollo que puede tomar forma en territorios de variados tamaños *(Boisier, 2001).*

El Enfoque Desarrollo Endógeno, propiamente dicho, no es un enfoque exclusivamente productivista, puesto que no sólo trabaja el tema de la acumulación, sino también el de la distribución, de las pautas institucionales y de acciones colectivas predominantes en una sociedad. De igual manera, se preocupa por las condiciones de reproducción del conjunto de la sociedad y no sólo así de la reproducción del capital. No sólo de la acumulación de la riqueza territorial, sino de la calidad de vida de las personas en el territorio.

Desarrollo no es sólo eficiencia económica, sino también equidad social y equilibrio territorial y ambiental *(Cotorruelo, 2001).*

Lo local-endógeno entendido como una dirección de la acción, desde las relaciones personales, desde los ámbitos concretos de actuación de las personas y los grupos. Es un concepto político antes que geográfico. (Vázquez, *2005).*

d) Calidad de Vida

El concepto de calidad de vida representa un "término multidimensional de las políticas sociales que significa tener buenas condiciones de vida "objetivas" y un alto grado de bienestar "subjetivo", y también incluye la satisfacción colectiva de necesidades a través de políticas sociales en adición a la satisfacción individual de necesidades."

La calidad de vida contiene dos dimensiones principales:

a) Una evaluación del nivel de vida basada en indicadores "objetivos".
b) La percepción individual de esta situación, a menudo equiparada con el término bienestar.

Factores materiales son los recursos que uno tiene como el ingreso disponible, posición en el mercado de trabajo, salud, nivel de educación, etc.

Factores ambientales son las características del vecindario/comunidad que pueden influir en la calidad de vida, tales como la presencia y acceso a servicios, grado de seguridad y criminalidad, transporte y movilización, habilidad para servirse de las nuevas tecnologías que hacen la vida más simple. También las características del hogar son relevantes en determinar la calidad de las condiciones de vida.

Factores de relacionamiento incluyen las relaciones con las familias, los amigos y las redes sociales. La integración de organizaciones sociales y religiosas, el tiempo libre y el rol social después del retiro de la actividad económica son factores que pueden afectar la calidad de vida en las edades avanzadas.

Políticas gubernamentales, la calidad de vida no debe ser considerada solamente tomando la perspectiva de los individuos, sino también hay que pensar la perspectiva social. La calidad de vida y el bienestar de las personas adultas mayores dependen parcial o totalmente de las políticas existentes (Palomba, 2002).

e) Bienestar

En el pasado, el bienestar ha estado fuertemente ligado a los ingresos y en general a la presencia de medios adecuados. Solo recientemente se ha atribuido mayor importancia al bienestar como la cualidad de obtener satisfacción a través del disfrute de los recursos disponibles, y no sólo de su mera posesión.

1.4 Presentación del lugar de estudio

En Cochabamba, la zona sud marca el espacio de exclusión de lo urbano, las características de la zona lo demuestran. Pero esa exclusión no se expresa tan solo en la ausencia o carencia de servicios básicos, sino en la invisivilización social de la población que la habita. En sí misma, la zona sud (que abarca los distritos 8, 9 y 14 que son los del presente estudio) está en los límites del Cercado.

SEGUNDA PARTE

2. EL CONTEXTO

2.1 Organización territorial y población del departamento de Cochabamba

La extensión territorial del departamento es de 55.631 km2. La división política del departamento establece 16 provincias que, a su vez, están divididas en 47 secciones de provincia. El departamento de Cochabamba tenía una población proyectada de 1.861.924 habitantes en 2010, que representan el 17,86% de la población nacional. La tasa de crecimiento de la población cochabambina en el área urbana es de 2,84% anual, inferior al promedio nacional (3,62%). El área metropolitana está conformada por siete municipios: Cercado, Quillacollo, Colcapirhua, Tiquipaya, Vinto, Sipe Sipe y Sacaba.

El municipio de Cercado, en su mayor parte integrado por la ciudad de Cochabamba, tiene una extensión territorial de 284 km2 y está compuesta por 14 distritos de los cuales los distritos 5, 6, 7, 8, 9 y 14 conforman la zona sur de la ciudad; ésta comprende el 63,25% del total de la superficie del municipio; pero sólo el 43,87% de la población vive en estos (CEDIB: citando a Buitrón y Veizaga 2003), ello se debe a que el Distrito 9, el más extenso, es un distrito agrario, que no está densamente poblado.

La ciudad de Cochabamba cuenta con 517.024 habitantes (Censo: 2001), las proyecciones de población según el INE indican que la población en el municipio en el área urbana para el 2010 fue de 1.197.071 habitantes[6], siendo su promedio de urbanización de 4.21%, estando por debajo del resto del país que es de 3.62%.

En las últimas décadas, Cochabamba experimentó un proceso de urbanización, acompañado por una fuerte atracción de la población desde otras regiones del país como desde las provincias del mismo departamento; la tasa de migración interna neta, a nivel ciudad, es de 2,7 por mil habitantes (Ledo: 2009). Sólo el 33% de la población que vive en el departamento de Cochabamba, según el PNUD, nació en el mismo departamento. En cuanto al municipio de Cercado el 63% del total de su población no nació en esta unidad territorial, lo que subraya su condición como un polo de atracción para la migración interna.

6 Instituto Nacional de Estadística - Bolivia: población total proyectada, por año calendario, según área y departamento, 2005 - 2010

2.2 Economía del departamento de Cochabamba

En las dos últimas décadas, la economía departamental mantuvo protagonismo dentro del escenario productivo, económico y exportador, situando a Cochabamba como la tercera economía regional en Bolivia. En 1988, la participación del departamento en el PIB nacional era superior al 18%, proporción que cayó ligeramente a 16,2% al 2008 (Fundación Milenio), ese año en el que el PIB creció en un 3,5% mientras que el PIB a nivel nacional se incrementó en 6,2%, lo cual revela una pérdida en el dinamismo de las actividades económicas regionales.

El crecimiento económico y el comportamiento del departamento se asientan en un aparato productivo relativamente diversificado entre actividades manufactureras el 24% del PIB el 2009, agrícolas el 12% y el comercio 9%. Esta fortaleza se evidencia en la composición del crecimiento económico que, a pesar de no haber alcanzado las cifras aceleradas de los departamentos productores de hidrocarburos, fue positivo durante todo el período analizado..

A pesar de una estructura productiva diversificada, la desagregación sectorial revela que no todos los sectores tuvieron la misma dinámica a través del tiempo; mientras la manufactura mantuvo su participación porcentual alrededor del 20% en el PIB cochabambino desde el año 1988 (al 2009 fue de 24%), la agricultura cedió protagonismo al sector de los servicios (concentrados en los de carácter informal), revelando los efectos del crecimiento urbano en detrimento de las actividades agropecuarias del área rural al quitarle la mano de obra; siendo su participación en el PIB de 9,1%.(ALEM y otros: 2011)

El potencial de la economía departamental se sustenta en el desarrollo de la manufactura, este sector fue importante en términos de atracción de inversiones, tanto domésticas como extranjeras, en las dos últimas décadas. Los niveles de desarrollo humano y las potencialidades derivadas de los sectores manufactureros y de servicios indican que es factible un mayor desarrollo basado en el fortalecimiento de las actividades de transformación.

En segundo lugar de participación está el sector de transporte y comunicaciones con un 13,8% del PIB departamental, seguido de los servicios de administración pública con 12,4%; servicios financieros con 9,5%. La minería y e hidrocarburos ocupan el séptimo lugar en esta participación.[7]

El sector extractivo de hidrocarburos tuvo un importante avance en las últimas décadas, pasando de una participación de menos del 2% en 1988 a 7,1% el 2009. Aunque en menor medida, en comparación a otros departamentos productores de hidrocarburos y recursos naturales no renovables, la actividad extractiva en Cochabamba es una fuente importante

7 ALEM y otros 2011

de recursos para el desarrollo de actividades productivas alternativas, como la articulación productiva especialmente del sector manufacturero.

2.3 Orientación productiva en Cochabamba

A pesar de la desaceleración del crecimiento económico del departamento en el último quinquenio y de la caída del sector agropecuario, las actividades de servicios, industria y sector extractivo, así como la captación de recursos de inversión extranjera y doméstica determinaron que el departamento se halle en una situación de desarrollo similar a la del país en su conjunto. El aparato productivo del departamento presenta un importante potencial para la reducción de la pobreza extrema. Ello requiere una mayor articulación económica que distribuya los beneficios a través de la expansión de los niveles de empleo y la transformación productiva.

Según el trabajo realizado por Campero y Carvajal (2005) sobre las economías regionales en Bolivia, las cinco actividades priorizadas a partir del Factor de Aglomeración de Oportunidades (FAO) en Cochabamba son: (1) industria manufacturera, (2) transporte y almacenamiento, (3) productos pecuarios, (4) alimentos, (5) comercio. Las unidades económicas con mayor contribución en la generación de empleo y producción industrial transable en Cochabamba son las de escala reducida (excepto hidrocarburos); la búsqueda de nuevas actividades y sectores productivos complementarios a la actual base productiva del departamento debería orientarse hacia estas actividades económicas; ya que en ellas se concentra el trabajo de la mayoría de las personas.

Del total de unidades económicas registradas en el programa Servicio de Asistencia Técnica (SAT)[8], el 60% se dedica a actividades de la manufactura, un 29% realiza actividades de servicios y el resto se concentra en actividades de comercio. Esta distribución confirma el hecho de que el departamento tiene una importante vocación productiva manufacturera, más aún si se toma en cuenta que el promedio nacional de unidades dedicadas a la industria se halla, por lo menos, 10 puntos por debajo del valor que registra Cochabamba.

Adicionalmente, se observa que las unidades industriales del departamento tienen una importante vocación exportadora. El 4,7% de las unidades económicas industriales de Cochabamba orientan su comercialización al mercado externo, cifra que es notablemente superior al promedio nacional (2,3%) y ligeramente mayor al porcentaje que registra el departamento de La Paz (4,4%), que es la segunda región en términos de vocación exportadora.

8 Servicios de Desarrollo Empresarial para la Micro y Pequeña Empresa (MyPE).

Las cifras departamentales sobre exportaciones sitúan a Cochabamba como el quinto exportador del país. Las exportaciones del departamento representaron el 6% del valor exportado por Bolivia el 2008, ello representa un caída con respecto al 2005 que fue de 8,5%. En 2005, las exportaciones de Cochabamba alcanzaron un valor de casi 240 millones de dólares.

2.4 Mercado laboral en Cochabamba

El área rural de Cochabamba es uno de los ejemplos de capacidad asociativa de las personas y de generación de capital social orientado a la producción. De acuerdo a los datos del INE, para el año 2001, la población ocupada alcanzaba a 528.741 personas, de las cuales el 49% eran trabajadores por cuenta propia o trabajadores familiares, mostrando el grado de informalidad de la economía departamental. Por su parte, el Servicio de Asistencia Técnica (SAT) y UDAPE detectaron que en el 2004 existían 5.386 empresas en el departamento, de las cuales 4.249, equivalentes al 78,9% del total, eran unidades con menos de cinco trabajadores (entran dentro de la categoría de microempresa).

El perfil del capital humano de las unidades económicas en el departamento muestra que el 10,2% de los propietarios tienen niveles de educación universitaria y profesional, porcentaje superior al promedio nacional (9%). También se observa que el 15,7% de los propietarios no tienen formación profesional o sólo cuentan con educación básica, porcentaje que, frente al 18% del promedio nacional, revela que los niveles de instrucción de las unidades económicas de pequeña y mediana escala se encuentran relativamente mejor con relación a otros departamentos.

La crisis financiera de los últimos tiempos ha hecho más patente la importancia de intervenir en el mercado de trabajo para proteger a los trabajadores y promover mejores resultados en materia de empleo.

La tasa de desempleo urbano en Bolivia disminuyó de 11% a 9% entre 2009 y 2010 de acuerdo a la encuesta aplicada por el CEDLA[9], y Cochabamba no es una excepción, se ha duplicado en los últimos 12 años. Según un informe del Panorama Laboral de la Organización Internacional del Trabajo, sin duda el problema del empleo ha sido la situación más apremiante de todos los gobiernos en los últimos 20 años que han vivido bajo el asedio constante de las protestas sociales originadas por la frustración de no contar con ingresos que permitan una vida digna a las familias, lo cual ha generado la pérdida de credibilidad en el sistema político nacional.

9 CEDLA, Encuesta de Empleo y Condiciones de Vida 2010 (pagina web: http://www.paginasiete.bo/2011-03-12/Economia/NoticiaPrincipal/1200000212.aspx)

De acuerdo a un estudio de mercado laboral en Bolivia del Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario - CEDLA, el desempleo abierto en Bolivia alcanzó el 2010 a un índice mayor al 10,2%; en Cochabamba en el área urbana 8,7% (20.031 desocupados). Otros estudios muestran que esta tasa ha sufrido un incremento en los últimos años como lo afirma el ministro de Obras Públicas, Walter Delgadillo, quien ha indicado que se ha generado 254 mil nuevos empleos directos, pero que estos según el análisis del CEDLA fueron temporales sin garantizar la seguridad social.

El incremento del desempleo en el periodo del 2009 al 2010 en Bolivia, según el CEDLA, está determinado por tres factores fundamentales: 1) la caída de los precios internacionales de los minerales, 2) la pérdida de las Preferencias Arancelarias de Promoción Comercial Andina y Erradicación de Drogas (ATPDEA) y 3) la contracción de la demanda de los hogares de los países compradores de productos bolivianos. Además de ello, el retorno de emigrantes afectados por la crisis mundial, el descenso en las exportaciones tradicionales como la manufactura y el disenso de los precios del gas y los minerales y la disminución de las remesas incidirán en crecimiento de la economía boliviana y lo que puede agravar la situación del desempleo en el país.

Ahora bien el indicador del desempleo en Bolivia no parece muy elevado en comparación con otros países, pero este indicador resulta engañoso ya que se trata de un empleo precario que debe ser considerado como un subempleo que alcanza niveles masivos pues involucra a un 80% de la población ocupada.

La ocupación rural es fundamentalmente en la agricultura tradicional que se caracteriza por ser un empleo precario y tener un bajo ingreso que bordea una media de 500 $US/año alrededor de 4000 Bs[10]. En las áreas urbanas el 35% de la población ocupada cuenta con empleo formal, de ésta, la tercera parte está empleada en el sector público, el resto está ocupado en el sector informal y el comercio que igual puede clasificarse como subempleo masivo y precario.

El empleo formal sólo alcanza al 20% de la población económicamente activa, los cuales viven en la incertidumbre ya que son acosados por el fantasma de la desocupación lo cual le significaría ingresar en la exclusión social y la pobreza. Es decir, el tener un empleo en Bolivia en las condiciones informales que se desenvuelve la mayoría, no significa que el trabajador y su familia tengan la posibilidad de escapar de la pobreza.

En resumen, las condiciones del mercado laboral en Cochabamba, se caracterizan por su estrecho tamaño del mercado, la sobreoferta de mano de obra, el subempleo y la informalidad.

10 PNUD 2010

Situación, que al no dar respuesta a las demandas de empleo digno y la proliferación del subempleo masivo y precario con bajos salarios que no permiten una vida digna en los últimos 20 años, se ha generado la migración y aún existe en la actualidad una presión migratoria por salir del país, pese a la actual crisis mundial que ha disminuido la demanda laboral en los mercados globales. Muchas personas hoy en día ven en la migración ven una buena alternativa frente al panorama nacional nada alentador, ya que hasta ahora tampoco se resuelve el problema.

El desafío, según estimaciones del Banco Mundial en Bolivia, se debe generar alrededor de 160.000 nuevos puestos de trabajo cada año[11]. Por tanto, el desafío para la administración estatal, el sector empresarial y de la sociedad en su conjunto consiste en generar oportunidades de empleo sostenible y con un alto índice de productividad capaz de ofrecer al trabajador, por cuenta ajena o por cuenta propia, un salario digno que le permita salir de la pobreza.

Esta situación no se observa en los últimos años, de modo tal los que están parados, sub empleados o aquellos que ingresan al mercado laboral anualmente, no ven satisfechas sus expectativas laborales al no contar con oportunidades de empleo, ven como alternativa la migración extranjera como una estrategia para generar recursos.

11 Estimaciones de acuerdo a la cantidad de jóvenes en edad económicamente activa que ingresan anualmente al mercado laboral.

TERCERA PARTE

3. La migración en espacios urbanos

La migración internacional es un tema que ha merecido el estudio de muchos investigadores debido a que es un fenómeno social de alto impacto social y económico tanto en los países receptores como los expulsores así como en las propias familias involucradas en el fenómeno migratorio. Por su complejidad merece ser abordado desde diferentes disciplinas y enfoques que abarquen la economía, la sociología, la demografía y la antropología, en un enfoque interdisciplinario. Además, dependiendo del fondo social, cultural, económico y regional del flujo migratorio, el movimiento de personas se vuelve único para cada zona del mundo; ello hace que con el paso del tiempo todas las características anteriormente mencionadas se vayan modificando. Se puede decir que la migración evoluciona, se transforma y cambia de circunstancias por las cuales se originó; a pesar de esto, las interrogantes causadas por estos desplazamientos masivos de personas siguen siendo las mismas.

Los datos que brinda el Centro Scalabriniano de Estudios Migratorios de Brasilia sobre los flujos migratorios el 2010 son relevantes de la magnitud de este fenómeno, pues deja en claro que en el mundo hay alrededor de 214 millones de migrantes internacionales –lo que representa el 3,1% de la población mundial-, de los cuales el 49% son mujeres. La mayoría se concentra en Europa, Asia y América del Norte (84%). En América Latina en tanto reside cerca del 3,4% del total de migrantes internacionales (7,4 millones de personas) dejando a la región como una de las áreas con menor proporción de migración.

Es importante destacar que a partir de la década de los 80 en América Latina y el Caribe la migración experimentó una transformación de proporciones considerables: de ser una región principalmente receptora de migrantes fundamentalmente europeos durante el siglo XIX y parte del XX, comenzó a transitar hacia una situación más compleja e inversa pues pasó de ser receptora a una emisora principalmente. Sin embargo, algunos países se transformaron en receptores y emisores a la vez; situación que plantea para ellos desafíos muy importantes en relación a la coherencia requerida para asumir las políticas internas de

migración y simultáneamente las demandas que los Estados hacen a los países receptores de sus migrantes.

3.1 Definiciones y conceptos

La migración es el movimiento de personas de un determinado lugar hacia otro que no es el de origen ni de residencia al momento del desplazamiento. La migración internacional o emigración es el movimiento que conlleva el cruce de una frontera administrativa o política, de un país origen a un país destino, con la intención de establecerse de manera temporal o permanente. Las causas que la producen son diversas y dependen del espacio temporal en el que se encuentran, en gran parte es determinada por el tipo de motivación que tengan las personas siendo el factor económico el de mayor peso. Así también, los efectos que conllevan estos movimientos repercuten en varios ámbitos de la vida de las sociedades mismas, pues llevan a entrecruzar dinámicas sociales y políticas al incluir a la sociedad y a los Estados para su atención: abordar el fenómeno migratorio conlleva el involucramiento de varios espacios de la vida pública y privada, lo que la hace aún más compleja cuando se la quiere explicar y entender.

"La migración internacional no es un fenómeno nuevo, sin embargo; dentro de la definición de los Estados Nación (donde toma fuerza el concepto de frontera y el extranjero) cobra una significativa importancia por la envergadura de las relaciones legales internacionales que se generan para prevenir la movilización masiva de las poblaciones; que por diversas circunstancias han decidido migrar a otros países en busca de mejorar sus condiciones de vida. Esta movilización humana ha revelado la no tan universalidad de los Derechos Humanos." (Sistematización CVC).

3.1.1 Marco de la migración: migración forzada, migración voluntaria

Un proceso migratorio puede tener distintas razones o motivaciones

La **migración forzada** se produce cuando una o varias personas se movilizan en busca de seguridad pues se encuentran frente a una situación de coacción que amenaza su subsistencia y su vida, bien sea por causas naturales o humanas. Cuando ocurre por causas de fenómenos naturales, normalmente se dan desplazamientos internos. Cuando es por causas humanas el movimiento tiende a ser fuera del país de origen, pues existe una persecución a una persona o a un determinado grupo de personas sea por cuestiones políticas, de raza, de religión, género, violencia generalizada y donde el Estado no tiene la capacidad de asegurar la vida de estas personas o, en muchos casos, es quien las persigue.

Al respecto, la Convención de Ginebra sobre el Estatuto de los Refugiados (1951) establece que una o un refugiado es una persona que:

> "…*debido a fundados temores de ser perseguida por motivos de raza, religión, nacionalidad, pertenencia a un determinado grupo social u opiniones políticas, se encuentre fuera del país de su nacionalidad y no pueda o, a causa de dichos temores, no quiera acogerse a la protección de su país; o que careciendo de nacionalidad y hallándose, a consecuencia de tales acontecimientos fuera del país donde antes tuviera su residencia habitual, no pueda o, a causa de dichos temores no quiera regresar a él".*

Entendemos como **migración voluntaria** aquella mediante la cual la persona o el grupo de personas se movilizan por voluntad propia y sin presiones externas. Se trata de una situación caracterizada, en su generalidad, por la búsqueda de una mejora en su situación económica y donde el tiempo de duración lo determina la persona, pudiendo retornar a su país de origen el momento que vea propicio. En términos cronológicos puede ser **temporal** que se traduce en un tiempo específico o determinado después del cual se produce un retorno, o **permanente** que denota un asentamiento definitivo en el lugar de destino procurándose, en este caso, la reagrupación familiar. Sin embargo, desde otras lecturas y experiencias es cuestionado el hecho de que hasta qué punto se puede llamar *voluntaria,* cuando la situación en la que vive el migrantes sumado a la falta de atención del Estado hacia sus necesidades son factores gravitantes que lo *obligan* a migrar: "*Como existe el derecho a migrar también está el derecho a no migrar –muy ligado al derecho al desarrollo en su lugar de origen*-".[12]

Existe gran diversidad en los tipos y clasificación de la migración; se pueden encontrar términos como migración clandestina**,** de retorno-circular**,** individual**,** masiva**,** ordenada**,** de personas calificadas, semi calificadas y no calificadas, entre muchos otros. Esta diferenciación es determinada por el contexto por el cual se origina y desenvuelve la migración.

3.1.2 Espacio de vida

Entre las principales razones de la migración internacional son las económicas y políticas. La inestabilidad política y económica de los países en vías de desarrollo no brinda un adecuado desarrollo humano a sus nacionales, lo que provoca que sus condiciones de vida no mejoren y, en muchos casos, empeoren. La migración, sea interna o externa, se asoma como una solución para miles de personas en situación de pobreza y por ésta, generalmente, se opta por migrar a un país con mayor estabilidad y desarrollo o a zonas mejor atendidas dentro de su propio país; al 2008, 127,7 millones de migrantes se encontraban en regiones de mayor

12 Sistematización CVC.

desarrollo (Australia, Europa, Japón, Nueva Zelanda y América del Norte), 86,2 millones en regiones con menor desarrollo (incluyendo América Latina y el Caribe) y 11,5 millones en regiones con bajo desarrollo[13]. Esta proporción puede cambiar debido que en el último año sólo el "37% de la migración mundial es desde países en desarrollo a países desarrollados"[14], en cambio el 60% de los y las migrantes se movilizan entre países que tienen las mismas características de desarrollo que su país de origen.

El espacio de vida en el que se encuentran miles de personas en nuestra región se ve limitado por las deficiencias en la atención a sus problemas por parte del Estado, pero cuando se migra: este espacio, para el o la migrante, se reduce aún más ya que se asume que para que mejoren las condiciones de vida de los que se deja, el que se va tiene que renunciar a muchos hábitos a las cuales estaba acostumbrado (comida, espacio personal y social, etc.).

El fenómeno migratorio puede producir desde ligeros cambios a los y las migrantes, hasta cambios radicalmente bruscos. Si la migración se lleva a cabo entre países vecinos con el mismo idioma, características culturales y alimentos similares, no existen variaciones dramáticas en los individuos. Sin embargo, estas variaciones son radicalmente bruscas cuando la migración se produce hacia países con diferentes idiomas, costumbres, comidas, religión, etc.

3.2 Contexto de la migración en Bolivia

Bolivia tiene una larga historia de emigración, que se remonta hasta los albores del siglo XX cuando bolivianos y bolivianas se trasladaban en masa, principalmente desde Cochabamba y Oruro, hacia la costa del Pacífico a trabajar en las salitreras de Iquique y sus alrededores; sin embargo, la cantidad de personas que abandonaron el país en las dos últimas décadas principalmente hacia España e Italia no tiene precedentes en cuanto a un número. Pese a que existe conciencia y evidencia de que Bolivia es un país con un gran número de emigrantes, sin embargo, no se tienen datos exactos ni oficiales sobre el número de bolivianos y bolivianas fuera del país. Al respecto, el Capítulo Boliviano de Derechos Humanos Democracia y Desarrollo, señala que más de dos millones y medio de bolivianos y bolivianas residen en el exterior; esto es el 20% de la población total. La Organización Internacional de las Migraciones (OIM), en cambio, afirma que son alrededor de tres millones de personas. Según otras fuentes, son cuatro países donde residen la mayoría de bolivianos y bolivianas migrantes: Argentina (43%), España (15%), Estados Unidos (15%) y Brasil (12%)[15].

Pese a la antigüedad y magnitud de proceso migratorio, su tratamiento y discusión en diversas esferas públicas y centros de investigación es relativamente reciente en Bolivia. Esta visibilización

13 Centro Scalabriniano de Estudios Migratorios – Brasilia. http://www.csem.org.br
14 PNUD. Informe sobre desarrollo humano 2009 "Superando barreras: movilidad y desarrollo humanos".
15 Ibid.

del hecho migratorio tiene indudablemente directa relación con lo que significó la última oleada migratoria hacia España (2007) y el tratamiento de ella en los medios de comunicación.

De este discurso mediático se derivaron dos enfoques, uno de corte economicista y utilitario centrado más en el tema de las remesas y su aporte a la economía familiar y local; y otro trágico y victimizador centrado en la situación de la familia del o la migrante. En efecto, en los últimos años, la enorme cantidad de personas que emigran solas o en compañía de otros u otras emigrantes ajenos a su círculo familiar ha hecho que estos se conviertan en el primer eslabón de la cadena emigratoria. La migración tiene rostro de mujer-madre (Ferrufino: 2007), tanto por las supuestas mayores oportunidades de trabajo que encuentran en el país de destino como por las trasformaciones socioeconómicas de las últimas décadas.

Las causas principales a nivel macro que obligaron a las personas a migrar varían desde la globalización y el neoliberalismo, aunque ambos por si mismos no tienen los efectos esperados de bienestar en los grupos sociales más pobres, pues matan a la pequeña y mediana empresa, que han generado mayores niveles de precarización del empleo y brechas más grandes en el ingreso.[16]

Otro factor detonante fue el incremento en las áreas rurales de familias campesinas sin tierras productivas, asalariados no permanentes y minifundistas de subsistencia. Los centros urbanos, particularmente la región metropolitana de las ciudades, se caracterizaron por el crecimiento del sector informal, un alto nivel de subempleo y un sector de bajos ingresos, donde como situación más desventajosa figuran los casos de mujeres jefas de hogar y madres de familia.

La migración conlleva grandes cambios a nivel familiar y comunal, donde estos se pueden evidenciar en distintas formas. Los efectos comunales usualmente surgen a la vista del público, y es en esta situación donde cada vecino tiene una opinión respecto a lo que acontece, pero en cuanto a los efectos familiares, estos suelen presentarse de forma más discreta o de alguna manera menos visible y modesta.

Los vecinos hacen énfasis en la actitud cambiada del migrante de retorno; la re-adaptación en el ámbito familiar y en los hábitos comunitarios viene a ser una re-identificación (no siempre exitosa) con estos. Los imaginarios muchas veces superficiales del migrante y de la migración, sin embargo, crean dificultades en la identificación del migrante y de su familia con la comunidad, ya que con la caracterización y propagación de sus diferencias con respecto al resto de los vecinos se crean barreras que afectan su sentido de pertenencia a la colectividad del barrio.

16 PNUD. Informe sobre desarrollo humano 2009 “Superando barreras: movilidad y desarrollo humanos”.

El migrante en retorno tiende a ser tildado de distinta forma, usualmente errónea por familiares y vecinos. Donde prevalece el criterio superficial y la creencia de que el "sueño europeo" está al alcance de las manos.

> *"Cuando te ven, piensan que tu tienes plata, hay veces cuando te ven en la calle, siempre te dicen ah "cómprame púes, tú tienes plata. También tus mismos familiares, piensan que tienes plata, siempre te dicen "préstame púes" tú tienes" Cuando me dicen 'tienes', Si tengo como del árbol sacudo, tengo, cuanto quieres le digo, se ríe y listo (…) porque si le das o le dices ah! que tengo que no tengo es peor es para vos no ve, es mejor decir si tengo".*

Otro efecto en las comunidades de estudio, se refiere a los cambios en actitudes y apropiación de nuevos valores, es decir, aquel efecto que ocasiona el choque de la adaptación de nuevas personalidades en un ámbito social, al cual se encuentra fuera de lugar o no se ve aceptado en su propio circulo social.

> *"A veces hay gente que regresa un poco altanera, presumida, el hecho de que ha ido al exterior se cree un poco más que los demás, hay gente así no todos, hay gente que regresa también normal, tranquilos, más sabios se podría decir algunos, pero hay otra gente que también regresa así un poco pesada".*

Al respecto, un vecino de la OTB de Valle Hermoso, por ejemplo, expresó las siguientes opiniones bastante marcadas sobre el efecto de la migración en las relaciones sociales:

> *"Casi la mayor parte de la gente que viaja al exterior llega a su casa, pero ya se creen una maravilla, más prepotente, más altanero, más entrante… Más antes te decían: -¿como están, como estás viviendo? Ahora llegan, ni siquiera hay el saludo, te ven como cualquier cosa, como un objeto despreciable. Así es la gente que llega del exterior. Ya se vuelven muy racistas. A nosotros nos miran como poca cosa".*

3.3 El proceso de la migración

Los procesos migratorios han sufrido un notable incremento en todas las regiones del mundo durante las últimas décadas, en 1970 se podían contabilizar 29 países emisores de migrantes y 39 países receptores; en 1990, el número pasó a 55 países emisores y 67 receptores; en 1970 había cuatro países que eran, a la vez, emisores y receptores de migrantes y en 1990 este número aumentó a 15 (Mármora 2002).

Sin embargo, la migración de forma “regular” ha disminuido en algunos países, resultado de una legislación cada vez más restrictiva. Lo que nos lleva a identificar que ha aumentando la inmigración “irregular”.

Las medidas enfocadas en la vigilancia y la seguridad tales como trabas administrativas, la instalación de sistemas de seguridad en las costas europeas, o los muros como el de Estados Unidos en la frontera con México no detienen las corrientes migratorias, pero tornan los viajes cada vez más difíciles y riesgosos.

La región de América Latina y El Caribe, por supuesto, no se encuentra fuera de esta tendencia de incremento, para el 2005 se estimaba una cifra cercana a los 25 millones de migrantes latinoamericanos y caribeños, lo cual representa una proporción superior al 13% del total de los migrantes internacionales (CEPAL 2006), el hecho más distintivo para la región se constituye en su carácter de emigración, dado que cerca del 4% de la población regional es emigrante y la inmigración solamente representa un 1% de la población.

Los flujos que provienen de los países del sur no proliferan al azar, rastrean conexiones bien establecidas (Meissner 1992), que llevan a las personas a tomar la decisión de migrar pese a las dificultades y riesgos crecientes impuestos por los países de tránsito y receptores.

En Bolivia y en la zona sur de Cochabamba, las razones detectadas a la hora de configurar la decisión de migrar son el desempleo, la inseguridad, la falta de acceso a los derechos básicos tales como: educación, salud, vivienda, un ambiente saludable; aunados a la inestabilidad política, la violencia doméstica, entre otras.

Además aparecen con mayor frecuencia razones como los desastres naturales, las cuáles producen prácticamente una expulsión de los habitantes.

3.4 Las familias de los migrantes

La migración internacional de personas desde la zona sud y barrios periurbanos de Cochabamba hacia otros países genera múltiples y diversas consecuencias en la familia, de modo que resulta muy difícil decidir si el balance final de este proceso es positivo o negativo. Se desprende a partir del diálogo y los testimonios recogidos durante la investigación que existen en múltiples elementos positivos como son el empoderamiento de la mujer, el acceso a mayores recursos económicos, la mayor y mejor alimentación que reciben los miembros de la familia, el acceso a educación junto al mejoramiento de la calidad de la vivienda, por mencionar los principales.

Pero por otro lado, también se hace evidente que la migración produce consecuencias o impactos negativos en las mismas familias, como son la deserción escolar, el incremento en el embarazo adolescente, la desintegración de la familia, o bien el endeudamiento de la familia por el viaje de algún miembro y la pérdida de las tierras o casas por estas deudas.

Incluso en aquellos casos donde las consecuencias son positivas, es necesario atender a algunos matices que se producen. Un ejemplo de ello es que si bien se produce un empoderamiento de la mujer debido al manejo sobre los recursos económicos y las decisiones que debe realizar en relación a la familia, se observa por otro lado un continuismo en el orden de género existente, ya que siguen siendo las mujeres la que deben asumir las funciones de reproducción y cuidado de los hijos e hijas (sea la abuela, la hermana mayor, la tía, etc.).

Es importante señalar al respecto que la recepción de remesas no siempre lleva asociado a la adquisición de mayor poder para la mujer. En diversos casos ella continúa bajo el control del marido distante incluso a través de su familia. No son pocos los casos donde las mujeres que quedan solas y con hijos pequeños deben irse a vivir con sus suegros, quienes reciben el dinero y controlan su vida y la de sus vástagos.

Si se presenta la ausencia de uno o ambos padres sin duda que representa una situación que afecta la composición familiar. Cada vez existen mayores restricciones que imponen los países de llegada, que se traduce en que los migrantes deben ausentarse por períodos de tiempo más largos. Esto significa que la migración genera no solo una alta ausencia de uno o ambos padres, sino que las restricciones al ingreso producen que estas estadías se prolonguen en el tiempo, lo que favorece las rupturas familiares. Una consecuencia de ello es el ingreso de integrantes de la familia extensa para hacerse cargo principalmente del cuidado de los menores.

La ausencia de los padres contribuye a generar estereotipos -no necesariamente ciertos- de los hijos de inmigrantes, sindicándolos como estudiantes de bajo rendimiento, alcohólicos, drogadictos o miembros de pandillas, entre otros estigmas.

Otro ejemplo de los matices que tienen los llamados efectos positivos es lo que sucede con el uso de las remesas. Si bien parte importante de estos recursos se va a mejorar la calidad de vida de las familias, existe un riesgo inherente a esta situación y es el alto nivel de dependencia que se puede producir hacia las remesas, lo que desincentiva el trabajo dentro de la misma comunidad y la propia unidad familiar.

Otro tipo de consecuencia es el cambio de estatus de la familia que tiene a algún miembro en el extranjero y que recibe remesas. Este cambio de estatus va asociado al mejoramiento en la calidad de la vivienda, una mayor valoración por los estudios de los hijos y eventualmente la adopción de nuevas pautas de consumo similares a las observadas en los países de destino de los migrantes.

Pero más allá de estas transformaciones creemos que una de las consecuencias centrales de los movimientos migratorios es un cambio que se está produciendo al interior de la familia y muy probablemente al interior de lo que tradicionalmente se ha entendido por familia. Nos referimos a la emergencia de una forma distinta de organización, donde los vínculos y lazos que se establecen entre sus miembros trascienden el territorio geográfico donde vive este grupo de personas.

El desarrollo de las comunicaciones, el acceso a Internet, la telefonía, entre otros avances de los tiempos modernos han facilitado la comunicación entre los miembros de la familia que están en lugares distantes, generando de esta manera un tipo de relación distinta a la que había con anterioridad.

Si bien no es posible afirmar que toda experiencia migratoria genera familias transnacionales, en ciertos casos puntuales, es posible evidenciar prácticas y formas de vida que permiten ampliar la noción tradicional de familia. Una pregunta de carácter más bien teórica y que emerge en este contexto es aquella si la familia transnacional se constituye a partir de prácticas transnacionales o se trata más bien de un cambio en la función social que ha cumplido la noción tradicional de familia que conocemos hoy en día.

3.5 Contexto de la migración en la zona sur

Cochabamba, como se aludió, es el departamento que históricamente se ha destacado en las migraciones tanto internas como internacionales como lo señala Hinojosa (2007) al punto que lo denomina “icono mayor de la migración”. En su ciudad capital, su empobrecida zona sur se ha caracterizado por ser el centro de expulsión y luego de atracción de muchos de estos inmigrantes internos que han logrado en primera instancia urbanizar las periferias y posteriormente acercarse a la tan anhelada zona central, para posteriormente salir del país con rumbo a otras países con mejores oportunidades para sus familias.

POBLACIÓN, SUPERFICIE, TASA DE CRECIMIENTO, DENSIDAD DE LOS DISTRITOS MUNICIPALES, 1976 – 2010

	Población censada y proyectada				Tasa	Habitantes
Distritos	1976	1992	2001	2010	r 92- 01	Hectáreas
1	5220	19699	26864	35924	3.35	42
2	12938	41748	56848	75916	3.33	52
3	11315	40722	50812	62583	2.39	64
4	12349	32465	40630	50181	2.42	48
5	24091	54443	60062	65920	1.06	81
6	23400	56059	62341	68938	1.15	136
7	4110	7022	14042	26538	7.48	24
8	2460	15483	31199	59363	7.57	23
9	16317	16085	46268	119987	11.41	70
10	51675	47358	41880	37224	-1.33	87
11	24163	28839	27503	26285	-0.51	102
12	32946	52354	50332	48475	-0.43	65
13	1066	1051	6314	30080	19.36	87
14	3106	10894	21784	41168	7.48	54
Total	225156	424222	536879	748580	2.54	58

Fuente: CEPLAG - Estimación basada en datos de los Censos Nacionales de Población y Vivienda de 1976, 1992 y 2001, INE.

De acuerdo a estudios de Carmen Ledo sobre “procesos migratorios nacionales e internacionales Cochabamba - Bolivia” auspiciado por el (CEPLAG), se muestra que hay un incremento considerable en el aumento de una migración interna en los distritos 7, 8, 9, 13 y 14, que en los últimos años se acrecienta más hasta llegar incluso a duplicar esta cifras.

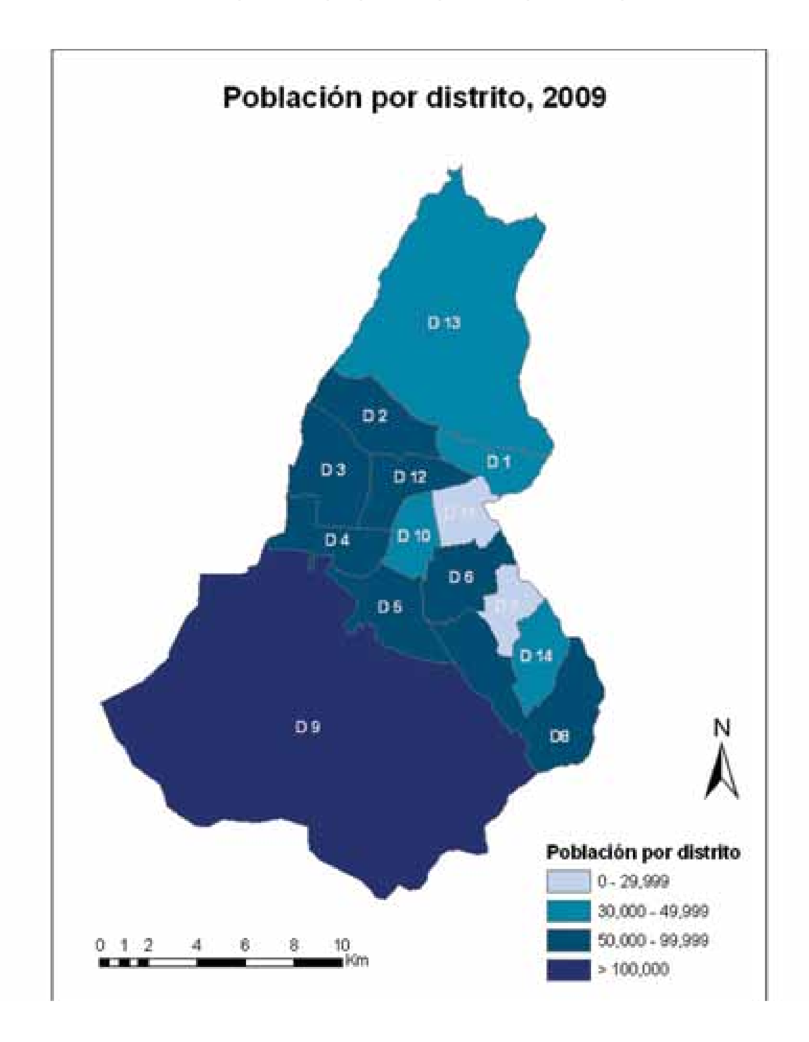
CIUDAD DE COCHABAMBA, TASA DE CRECIMIENTO DEMOGRÁFICO, 1976 - 2009

Condición Migratoria	Tasas de Crecimiento				
	1976-1983	1976-1992	1983-1992	1992-2001	2001-2009
Migrante	5,5	5,6	6,8	0,1	7,2
No Migrante	3,3	3,7	4,8	4,5	4,4
Total	**4,2**	**4,5**	**5,7**	**2,6**	**5,6**

Fuente: CEPLAG - Estimación basada en datos de los Censos Nacionales de Población y Vivienda de 1976, 1992 y 2001, INE.

Estas cifras nos muestran que ha existido mayor migración interna pero también hubo una migración internacional considerable en estos últimos años como nos señalan los estudios de Román y Hinojosa.

POBLACIÓN POR DISTRITO



Fuente: CEPLAG 2009

El estudio de Román (2008:43) señala que de acuerdo a las cifras oficiales de la Dirección de Migración del Departamento de Cochabamba entre el periodo de 2004 – 2007, se han extendido 148.802 pasaportes, lo que equivale el 1,6 % de la población total del país y 9% del total del departamento, el 2008 se extendieron 67.385 pasaportes en todo el país y 18.718 en el departamento de Cochabamba.

También Hinojosa (2007) menciona que durante los periodos del 2002 al 2008 más de 70.00 mil habitantes habrían migrado sobre todo a España, indicando que un 47% provienen del área metropolitana urbana de Cochabamba.

3.5.1 Características de la población migrante

Una de las características de la población migrante de los distritos 8, 9 y 14 de la zona sur de Cochabamba es el *"proceso de transición demográfica que responde a problemas estructurales de carácter económico"*, tal como lo mencionan en el estudio iniciado en noviembre 2007 en el marco del Programa de Mediación Laboral del Centro Vicente Cañas, en el que hoy a partir de la investigación *"Migración, Remesas e Inversión Productiva"*, encontramos que es este aspecto económico y las mejores perspectivas económicas y sociales lo que brinda oportunidades a las familias migrantes.

Todo este proceso de migración interna ha sido un puente para la migración internacional esto dado también por las reformas estructurales y las transformaciones políticas, económicas y sociales que han sido las constantes para que la gente opte por migrar al exterior, permitiendo a las familias mejores condiciones habitacionales, mejores servicios.

El país en el cual reside la gran mayoría de la población migrante es España y por las características del estudio el interés mayor era contactarnos con familias que tengan referencia a la migración de ese país.

PAÍS EN EL QUE RESIDE

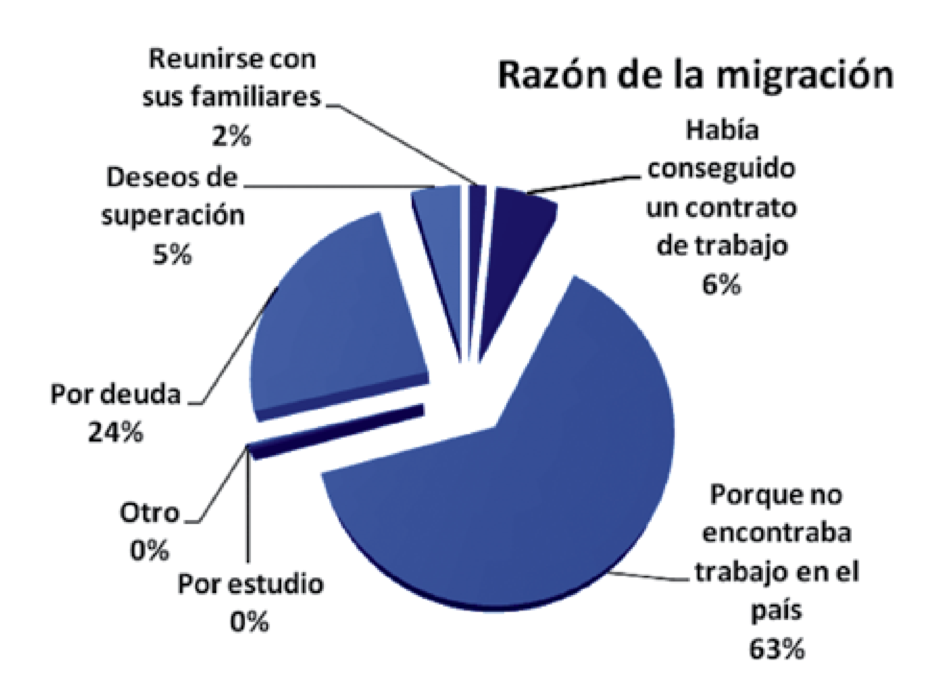
Países	Porcentaje
España	90,1
Francia	0,9
EE.UU.	2,0
Italia	0,3
Suecia	0,3
Argentina	4,8
Brasil	1,6
Total	**100,0**

Fuente: Resultados - Encuesta a las familias de los distritos 8, 9 y 14 zona sud 2010

a) Económico

Según la encuesta del 2010 realizada a las familias vinculadas con la migración, con una muestra aleatoria en los distritos 8, 9 y 14, se evidenció que la razón principal para migrar al exterior es por que no encontraba trabajo en el país, cifra que llega al 63,2 %. La segunda razón aludida es por tener una deuda por pagar, la que alcanzó el 24,1 %. Ambas motivaciones, que suman 87,3% tienen un obvio trasfondo económico. Se evidencia, que los aspectos económicas son principalmente las razones que mueven a las personas a migrar al exterior.

Gráfico 1
RAZÓN DE LA MIGRACIÓN



Fuente: Resultados - Encuesta a las familias de los distritos 8, 9 y 14 zona sud 2010

Ahora bien, las razones para que la mayoría de estas personas deba buscar trabajo fuera de Bolivia está relacionada con el modelo económico de libre mercado, con fuerte concentración de la riqueza, que desde hace dos décadas después de su puesta en marcha hoy en día se sigue discutiendo sobre las consecuencias que ha traído al país tener un modelo que ha dejado una informalidad y precarización del empleo. Estos factores económicos son los que explican la migración ya que debemos analizar dos aspectos prioritarios que son los movimientos migratorios y las condiciones de inserción laboral.

CUARTA PARTE

4. Las remesas y su impacto en la economía local

Las remesas son de carácter económico pero representan vínculos sociales pues se dan a partir de la solidaridad, reciprocidad y obligatoriedad; que reúne a familias migrantes con sus parientes y amigos a pesar de la relación trasnacional. Aunque es evidente que los envíos de remesas son individuales, con carácter privado y de montos pequeños; se han convertido en un factor macroeconómico de gran importancia en Bolivia y en el lugar de origen del migrante.

Al abordar las remesas, enteramente, desde el aspecto económico; da pautas para comprender el valor de estos ingresos para realizar una propuesta con la temática de inversión productiva.

4.1 Conceptualización de las remesas

Las remesas se entienden como *"las transferencias de remuneraciones o del monto acumulado de riqueza que hacen los migrantes individuales a su país de origen, pueden considerarse como una forma de pago de coseguro que emana de un contrato entre cada migrante y su familia"* (Seminario "La migración internacional", 2000:1). El Banco Central de Bolivia indica que las remesas son las "*transferencias corrientes realizadas por los emigrantes que trabajan en otra economía de la que se les considera residentes".*

"Categorizándose como emigrante a toda persona que viaja a una economía y que permanece, o se prevé que permanezca en ella, durante un año o más" (Banco Central de Bolivia utiliza la metodología de la Quinta Versión del Manual Fondo de Balanza de Pagos del Fondo Monetario Internacional: Párrafo 302).

El argumento de que los y las migrantes son el sustento de una economía de subsistencia para sus familias hace notar que el discurso se centra en que las remesas buscan una mejora en la calidad de vida. Las remesas y su transferencia como señala Iñigo Moré en Roncken y Forsberg (2007) "…son una máquina de reducir pobreza relativa y absoluta", para la economía de la mayoría de las familias las remesas son significativas para la disminución de inequidades socio económicas.

Son también; la comprobación de la existencia de un vínculo emocional entre la persona que se ausenta y la familia que continúa en el país de origen; y de que el proyecto migratorio se está realizando –aunque sea en menor escala-. Todos estos elementos generan intercambios culturales y sociales que retroalimentan el proceso global.

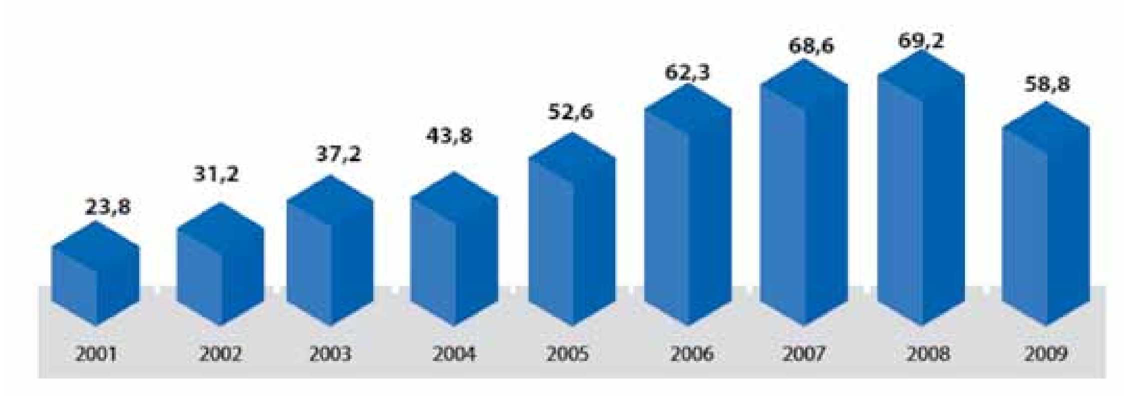
Es necesario distinguir entre remesas individuales y colectivas.

Las primeras se definen como: *“Los recursos económicos enviados por el migrante que vive o trabaja en el exterior, a sus familiares que residen en su país de origen, destinados a satisfacer las necesidades básicas de los receptores”.* (Lozano, 2004; 4).

Una pequeña fracción de las remesas es enviada en forma *de remesas colectivas* por grupos migrantes y se definen como: *“Los recursos económicos recaudados y donados por agrupaciones o asociaciones de migrantes, para financiar infraestructura en pequeña escala o inversiones en actividades productivas y comerciales, en comunidades de origen.”* (Lozano, 2004; 4).

Las remesas que envían las y los migrantes a sus países de origen son uno de los principales rubros de la partida de transferencias corrientes de la balanza de pagos de muchos de ellos y, por su dimensión, constituyen un importante aporte de recursos económicos a diferentes sectores de la economía nacional, regional y local. Se estima que “estas corrientes de capital sobrepasan la corriente de asistencia oficial para el desarrollo de algunos países y ascienden a alrededor de US $ 58.800 millones a América Latina y el Caribe en 2009” (Hall Ayani consultores, 2009, 2). El volumen de las remesas transferidas a los países de América Latina y el Caribe es de tal magnitud que supera con creces la suma de los flujos de inversión extranjera directa (IED) y de la ayuda externa oficial a la región. Este hecho se produce también en otras regiones del mundo.

Gráfico 2
REMESAS ANUALES A AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (EN MILLONES DE US$)



Fuente: FOMIN 2010.

4.2 Costos y canales de envió de las remesas

El envió de remesas se lo realiza principalmente con destino a las familias que quedaron al cuidado de los hijos e hijas. La forma de expedición de las mismas varía de acuerdo al país en el que el receptor reside: *"Del total de remesas, envíos de dinero de los bolivianos que trabajan en el exterior, el 30% llega al país a través de medios informales, principalmente provenientes de Argentina. Ecofuturo y el Banco Fie crearon una red de pago, que el 2011 tendrá hasta 440 puntos de atención a nivel nacional"*. (La Razón, Edición Digital - Viernes, 1 de Octubre de 2010).

Aldo Terrazas gerente nacional de Finanzas de Ecofuturo afirma al respecto: *"Medir la informalidad es complicado, pero evidentemente se ha realizado un pronóstico con base en una consultoría que ha instruido el SNV (Organización de Desarrollo Internacional de los Países Bajos) y que señala que más o menos el 30% de las remesas viene por el sector informal, lo que condice la seguridad y las comisiones, que son altas"*. Esta situación está presente también en Brasil porque no existen muchas oficinas para las trasferencias económicas, siendo lo más factible enviarlas por encomiendas, cartas o a través de familiares o amigos.

Cabe advertir la remisión de dinero desde España ha generado menos informalidad al existir una normativa que regula el envío y por la existencia de un mayor número de entidades que brindan el servicio. En cuanto a Bolivia, según datos del Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos (Cemla)[17], las remesas tienen mejor aceptación por los bancos porque *"Los migrantes prefieren usar el sistema financiero[18] para enviar dinero a sus familiares. Producto de esta competencia, los costos en los bancos han bajado hasta llegar al 7%. Antes, por enviar dinero, las firmas remeseras cobraban hasta un 20%.";* es decir; por el envío de 300 dólares, la empresa responsable de la remesa cobraba 60 dólares. Mientras más bajen los costos de envío; la gente va a utilizar más los sistemas formales y no los informales.

En efecto, para Bolivia, datos confiables señalan que para el año 2010, el 70% de los envíos fueron recepcionados por la banca comercial[19] y mientras que el 30% restante se realizó a través de: empresas remesadoras (Western Union, MoneyGram) o por canales informales (encomiendas, amistades y familiares cercanos, etc.)[20].

17 Agrupa a 30 bancos centrales de América Latina y el Caribe.

18 El término bancarización significa utilizar intensivamente el sistema financiero para facilitar las transacciones efectuadas entre agentes económicos. Este proceso permite evitar el uso del dinero físico. La bancarización influye directamente en el crecimiento económico de un país. (Cemla).

19 Definición de Banca Comercial: Conjunto de instituciones financieras privadas que tienen como función principal la recepción de depósitos y el desembolso de préstamos a corto plazo. (http://www.serfinco.com/glossary/default.asp?l=B)

20 La Razón, Edición Digital - Viernes, 1 de Octubre de 2010

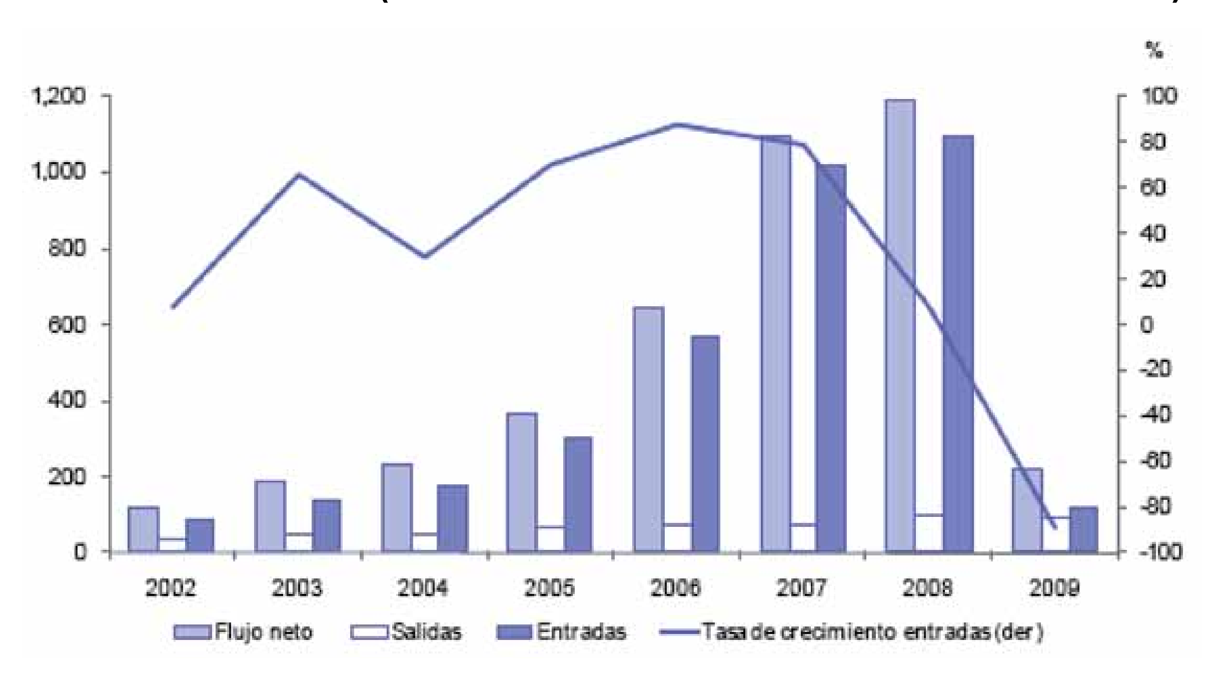
“Normalmente, desde el exterior, se ve un monto de dinero que está saliendo, pero no necesariamente puede ser una remesa, puede salir dinero para pago de deudas en Bolivia”, (Cemla).

4.3 Evolución de las remesas en Bolivia

Según datos del Banco Central de Bolivia (BCB) encontramos que en los últimos años se evidencia un incremento considerable de las remesas de modo que prácticamente se han cuadruplicado en el último quinquenio, pasando de 277 millones de dólares en el 2007 a 1.018 millones en el año 2010. Los cuadros siguientes muestran esa evolución:

Gráfico 3

REMESAS TOTALES (EN MILLONES DE USD Y TASAS DE CRECIMIENTO)



Fuente: Banco Central de Bolivia.

REMESAS
(En millones de dólares americanos)

2005	2006	2007	2008 (p)	2009 (p)	2010 (a)
277	528	1.038	1.089	1.018	769

Fuente: Banco Central de Bolivia - BCB
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE
(p) Datos preliminares
(a) Avance a octubre de 2010

Fuente: IBCE 2010

Contrastando los montos anteriores con indicadores macroeconómicos, se constata que el 2007 se tuvo la mayor participación de las remesas en el PIB, 7,7%, en el 2008 fue de 6,15%; en el 2009 hubo una baja del 5% en el total enviado teniendo una intervención de 5,9%.
Estos años, las remesas se mantuvieron como la segunda fuente de divisas en Bolivia, sobrepasando los 1.000 millones de dólares -la principal fuente de ingresos se da por la venta de gas natural a Brasil y Argentina desde el año 2000-. El dato que proporciona el IBCE de las remesas al 2010 (769 millones de dólares) muestra que éstas bajaron en un 24,5% con respecto al año anterior, siendo su participación en el PIB de 3,77%.

La disminución en el envío de las remesas se debe principalmente a la crisis económica-financiera internacional; España presenta una alta tasa de desempleo lo que provoca que muchos migrantes no puedan acceder a un trabajo seguro y si lo hacen éste es temporal: “La crisis económica en Europa ocasionó una disminución significativas de las remesas provenientes de España (-12.7%), Suiza (-18.2%), Italia (-20.5%) y Francia (-28%). Las remesas recibidas hasta septiembre representan a la par el 3,5% del PIB boliviano” (periódico La Prensa, 31 de diciembre de 2010). El beneficio de la migración hacia el país de origen se expresa a través del envió de remesas y su intervención en el aumento del PIB.

4.4 Las remesas en la economía local

Las remesas en Bolivia están directamente vinculadas con los patrones migratorios, y en particular, con los arreglos familiares que se establecen en los hogares, pero no todos los hogares que tienen relación con la migración son igualmente perceptores de remesas. Hay un número de hogares sin migrantes recientes o simplemente sin migrantes pero que son perceptores de remesas. Esto es posible porque las remesas, al igual que la migración, se sustentan en redes sociales que permiten la configuración territorial de arreglos familiares extensos en términos de la articulación de hogares y unidades laborales, ubicadas tanto en los lugares de origen como de destino.

Las familias de los y las migrantes suelen establecer formas de reproducción social (en torno al cuidado del hogar) y económica, donde los ingresos salariales de los y las migrantes son el factor que suele imponerse para su sustento. Ello provoca un mayor consumo en los hogares para lograr un bienestar familiar (mejoramiento de vivienda, acceso a servicios, iniciativas microempresariales, etc.). Igualmente, las remesas se destinan también para temas en salud, educación y al desarrollo de capital a nivel comunitario, las remesas no sólo se invierten en el consumo corriente de los hogares. Las remesas se destinan a: 28% alimentación, 18% educación, 15% ahorro, 13% pago de deudas, 11% vestimenta, 9% salud, 6% vivienda[21] en Bolivia.

21 Informe Mundial sobre Desarrollo Humano 2009 “Superando barreras: Movilidad y Desarrollo Humano” Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)

Distintos analistas y estudios concuerdan que:

> *El ingreso a Bolivia de remesas del exterior ha contribuido a mejorar el nivel de vida de las familias receptoras… Las remesas tienen un efecto en el consumo de las familias, pero no así en la inversión y en el PIB, debido principalmente al uso que les dan las familias receptoras y a la no existencia de políticas en cuanto al uso productivo de éstas (Luis Ballivián).*
>
> *A nivel local, las remesas son de vital importancia crucial para las familias receptoras. Son recursos que cubren necesidades básicas como el gasto en salud y educación, y que se invierten en activos como vivienda y ahorros, actividades productivas (negocios), fines sociales e infraestructura comunitaria. La mayoría de las familias que reciben remesas goza de un nivel superior al de las que no las reciben. (Informe de remesas FOMIN 00-09:2)*.

Un flujo estable de ingresos por remesas, aún en tiempos de dificultades económicas, mejora la solvencia y sostenibilidad de los hogares receptores, lo que les facilita tener acceso a préstamos otorgados por instituciones financieras. Pero, la reducción de las remesas que se presenta desde el año 2007 afecta a las familias que las reciben, quienes como respuesta y estrategia paulatinamente van reduciendo su consumo. Cabe resaltar que la capacidad de ahorro en perspectiva a una posible inversión en alguna actividad productiva es la más afectada con esta caída, pues se impone la opción que lo que tiene que ser cubierto preferentemente son las necesidades inmediatas de alimentación y salud, y no una perspectiva futura, que además puede ser incierta.

Las remesas también pueden contribuir al desarrollo local a través de la promoción de nuevas empresas a pequeña escala en el sector no agrícola y a la creación de bienes y servicios comunitarios (tales como escuelas, centros médicos y comunitarios, carreteras), tal como se observó en algunos países de África, Asia y América Latina y el Caribe. Este tipo de inversiones en activos sociales e infraestructura física contribuyen al bienestar y a las economías de comunidades pequeñas: en la medida en que las personas pobres tengan acceso a ellos, su efecto positivo en el alivio de la pobreza podría ser considerable.

4.5. Impacto económico de las remesas

El impacto de las remesas se reconoce en todas las regiones en desarrollo, puesto que se constituyen en un flujo importante de moneda extranjera hacia los países de origen y alcanzan directamente a millones de personas, mismas que suman aproximadamente el 10% de la

población del mundo. Se habla comúnmente que las remesas juegan un papel positivo para las economías que las reciben, pues son una fuente estable de divisas que ayudan a reducir la pobreza; actúan como un seguro frente a shocks negativos en el nivel de ingresos; reducen la volatilidad macroeconómica; mejoran la inversión en capital humano y físico; y pueden aliviar situaciones de restricción de créditos.

Sin embargo, algunos estudios recientes como de Olivia Román, Hinojosa y De la Torre han comenzado a poner una cierta dosis de cautela sobre las expectativas que se tienen sobre las remesas y el impacto sobre las economías locales, pues éstas al ir fluctuando año tras año no pueden ser consideradas como ingresos fijos disponibles para el sostenimiento de estilos de vida (estos sí son gastos fijos) ni de posibles programas sociales; en el último año, Bolivia ha visto una disminución considerable en la recepción de las mismas cuyo impacto en las familias no ha sido todavía visibilizado. Aún así; hay que ver caminos para su incorporación dentro de las políticas económicas nacionales.

Los criterios en torno al impacto de las remesas se pueden clasificar en dos amplias categorías: aquellos cuyo escepticismo o cautela nace de consideraciones mayormente teóricas; y aquellos cuyas prevenciones nacen de análisis econométricos. Entre las consideraciones teóricas destacan los argumentos que alertan sobre determinadas condiciones de la estructura de la economía que recibe las remesas (impuestos por la transacción); de los mecanismos específicos de transmisión; y de las propensiones marginales al consumo, a la importación y a la inversión, que convierten estos flujos del exterior en una fuente de apreciación cambiaria con detrimento al sector exportador o un factor de deterioro en la balanza comercial, hasta un causante del desplazamiento del ahorro doméstico con consecuencias negativas en la volatilidad de los ciclos económicos (Candia, 2006).

Por otra parte, los estudios econométricos han evaluado el comportamiento de las remesas a lo largo del tiempo y en un número importante de países, indican que las remesas del exterior tienen un comportamiento contra-cíclico que podría explicarse, mayormente, por decisiones de los remitentes inspirados en sentimientos de altruismo o solidaridad. Es decir, las remesas no vienen para aprovechar las oportunidades que ofrecen una economía en crecimiento sino, más bien, para paliar los efectos de condiciones circunstancialmente adversas. Las remesas van directamente a cubrir las necesidades más apremiantes en las familias y no a disminuir un shock que afecte negativamente la producción local, queda afectado el mercado laboral pues al no haber una reactivación de la producción, la oferta laboral cae. Aún así, un posible desencadenamiento de nuevas inversiones principalmente en el ramo de la industria de la construcción, otorgaría un

mayor dinamismo económico al territorio; se generarían más empleos con la instalación de negocios en el sector de servicios en la ciudad (telecomunicaciones y servicios de alimentación).

Un desafío importante, en políticas públicas en los países receptores de remesas es que se considere que estas transferencias vengan acompañadas de presiones de valorización del tipo de cambio real. Esto hace, que las autoridades responsables (bancos centrales) del manejo monetario y cambiario tomen y justifiquen medidas de mitigación, a fin de minimizar las pérdidas de competitividad a causa de estas transferencias; sin embargo, hay otras medidas que podrían tomarse, como la aplicación de políticas de austeridad y flexibilización fiscal mientras se evita la esterilización del flujo de remesas.

Las diversas investigaciones también demuestran que estos recursos no pueden ser la base para asentar una política de desarrollo de largo plazo y menos para evitar la postergación de políticas de corto plazo que, en presencia de remesas, pudieran parecer menos urgentes.[22]

A pesar del progreso importante que se ha logrado en la última década, el potencial de las remesas para el desarrollo supera su impacto inmediato. Actualmente, las transferencias de dinero están sólo parcialmente integradas al sistema financiero. La mayoría de emisores y receptores carece de cuentas bancarias. La conexión de las familias en los dos extremos del flujo de remesas con el sistema bancario y otras instituciones financieras les ofrece la opción de acceso al crédito, la creación de historiales crediticios, el ahorro seguro para el futuro, y su propio aseguramiento. El flujo de remesas, al ser de carácter directo y rápido, tiene la capacidad de mover otros recursos y activos, siendo importante para la economía local al ser un recurso financiero fresco que promueva cambios significativos en el territorio.

4.6 Costos laborales en España

Es necesario conocer lo que implica para una o un migrante el enviar remesas, cuál es su situación laboral e ingresos, y sus efectos en su propia calidad de vida. En la investigación de Paola Lami y Noé Torres sobre la situación de las migrantes trabajadoras del hogar en España (10/2006) el pago laboral oscila entre los 420 euros a los 720, para el 2006.

El sueldo o jornal es una remuneración mensual a la que tiene derecho todo trabajador, por la prestación profesional de sus servicios. El salario es bruto o neto: bruto es el monto total ganado sin las deducciones (descuentos por); y el neto es el monto total en efectivo que se

22 Cainco 2009

recibe. Los descuentos o deducciones son por concepto de impuestos sobre la renta de las personas físicas o IRPF[23] y por seguridad social.

ESTRUCTURA DEL SALARIO EN ESPAÑA

<table>
<tr><th>Cuadro 24</th><th>Salario base o mínimo</th><th>Complementos salariales</th><th>Salarios extraordinarios</th></tr>
<tr><td>Descripción</td><td>Es la retribución fijada por unidad de tiempo o de obra realizada. Se determina cada año</td><td>Entre otros, pueden citarse: la antigüedad, las pagas extraordinarias, el plus de distancia y transporte, el alojamiento, la manutención, etc.</td><td>Son dos pagas obligatorias al año; una en Navidad y otra en el mes que se llegue a acordar, puede ser a medio año o cualquier otro mes.</td></tr>
<tr><td>Monto</td><td>2007

12 salarios al año<table><tr><th>Salario base o mínimo</th><th>En Euros</th></tr><tr><td>Día</td><td>19.02</td></tr><tr><td>Mensual</td><td>570.60</td></tr><tr><td>Anual</td><td>7988.40</td></tr></table></td><td>Esta retribución depende de diversas circunstancias como: las condiciones personales del trabajador, el trabajo realizado, la situación y resultados de la empresa.</td><td>Son dos salarios brutos (montos sin deducciones o descuentos). Su monto depende del salario que esté percibiendo el trabajador.</td></tr>
</table>

Fuente: Curso práctico sobre extranjería y condiciones laborales en España 2007.

Proyecto Participación sindical en los procesos migratorios. CTC, ISCOD, UGT, AECI.

El monto de los salarios es variable, en el estudio se habla de 550, 700 y 900 euros, ello depende de los acuerdos entre el empleador y el empleado (que en la mayoría son verbales y que no necesariamente contempla bonos o salarios extraordinarios), el tipo de trabajo a realizarse, el lugar donde se trabajará, etc.

“Sandra (boliviana que trabajó en España entre el 2004 y 2006) nos cuenta que el sueldo que ganaba era en principio de 550 euros, pero luego de que reclamó y expresó las razones sus empleadores le subieron el suelo, pero indicando que le descontarían las medias pagas –medios sueldos”[24]. Pero no es el único caso donde se infringen leyes sobre el trabajo, puesto que en la mayoría de los casos no existen los salarios extraordinarios, y el complemento tampoco se paga. Los migrantes están sujetos a los empleadores y lo que disponen ellos.

> *“De acuerdo a Sonia (migrante que trabajó en España desde el 2003 hasta el 2006), los gastos que realizaban tres personas viviendo en las mínimas condiciones eran de 150 euros por los tres durante 15 días, sin contar el costo de energéticos como agua, luz, teléfono y gas. Si tomamos en cuenta*

23 El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas o IRPF, es un impuesto personal, progresivo y directo que grava la renta obtenida en un año natural por las personas físicas residentes en España. Así pues, es una figura impositiva perteneciente al sistema tributario español.
24 Paola Lami y Noé Torres migrar.org

este valor, estamos hablando de unos 500 euros por mes que gastaban tres personas entre alimentación y energéticos; sin incluir el costo del piso que, según Sonia, no les costaba nada puesto que estaban en una hacienda en el campo y el dueño era quién corría con los gastos”.

Las personas que viven en condiciones similares con los gastos mínimos llegan a gastar 400 euros, compartiendo entre varios el piso, y tiene para ahorrar cerca de 300 euros para enviar a sus familiares en Bolivia. (Según datos del programa ELABE del centro Vicente cañas) Para el 2011 se establece como salario mínimo nacional en España, según Real Decreto 1795-2010, por día 21,38 euros y mensual 641,40 euros para las personas que trabajan en áreas de la agricultura, industria y servicios.

4.7 Fuentes laborales de los migrantes en España

Según datos del 2001 de España, los sectores de actividad de los migrantes son como sigue:

Gráfico 4
OCUPACIÓN LATINOAMERICANA EN ESPAÑA

Fuente: Domingo Andreu y Rosana Martínez”La población latinoamericana censada en 2001: Un retrato socio demográfico” 2005. Datos basados en el censo de Población y vivienda de 2001 España. Informe de la CEPAL 2006.

La mayor cantidad de migrantes latinoamericanos en España han sido sobre todo mujeres, en los últimos años se ha observado una tendencia decreciente masculina, sin embargo, el predominio de migrantes en España, sigue siendo de las mujeres. Podemos observar que en

el caso femenino el 40% está ubicado en trabajos domésticos (en este sector está incluido el cuidado de ancianos, niños etc.) y los varones en construcción.

4.8 Características socio demográficas de las familias beneficiarias de remesas

El ingreso de remesas a las familias de la zona sud de Cochabamba, se caracteriza por tener ingresos medios que son importantes en su desarrollo humano y económico, no sólo en el incremento para las familias receptoras sino también a nivel macroeconómico. Pero es importante analizar y reflexionar sobre la inversión que realizan con la remesa y los gastos que desarrollan como en educación y salud, que es una de las áreas donde más se ha invertido las remesas.

Las características que se han considerado para el estudio se encuentran en: Relación de parentesco de la población beneficiada por las remesas, nivel de escolaridad de la población beneficiada por las remesas, población económicamente activa que se beneficia de las remesas por ocupación principal, población que se beneficia de las remesas por actividad económica y población económicamente activa que se beneficia de las remesas por categoría ocupacional.

Las familias de la zona sud muestran que el 97 % recibe remesas y sólo un 3% no recibe remesas económicas.

Gráfico 5
RECEPCIÓN DE REMESAS

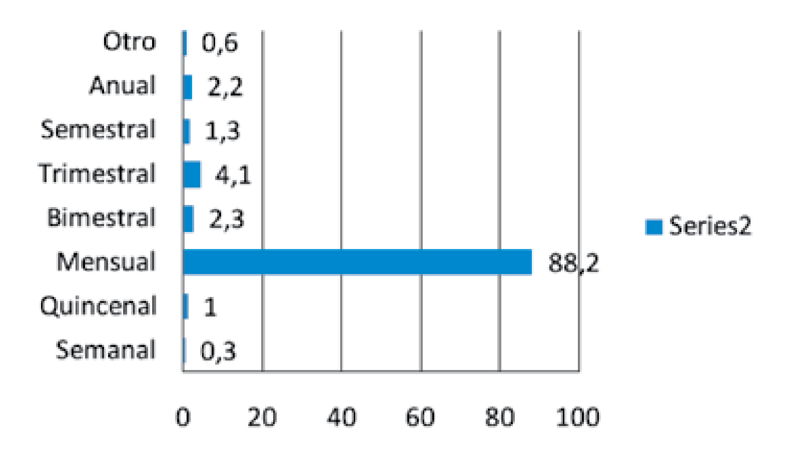
3%
97%
Si
No

Fuente: Resultados - Encuesta a las familias de los distritos 8, 9 y 14 zona sud 2010

Con respecto a la periodicidad encontramos que el 88,2% envía remesas mensualmente a las familias siendo el porcentaje más alto, seguido del trimestral en un porcentaje bajo de sólo 4,1%, seguido del bimestral con un 2,3% que envían remesas, según los resultados de la encuesta a familias vinculadas con la migración.

Gráfico 6

PERIODICIDAD DE LAS REMESAS



Fuente: Resultados - Encuesta a las familias de los distritos 8, 9 y 14 zona sud 2010

Los migrantes en su proceso de asentamiento en otro país y su posterior inserción laboral de modo general tienen el siguiente comportamiento. En los primeros meses de haberse instalado y obtenido un empleo, tienen como preocupación central el envío de remesas significativas para pagar las deudas contraídas para viajar o aquellas que por distintas razones enfrenta su familia, luego las remesas toman un ritmo "regular" tanto en montos como en frecuencias. De la información obtenida, se conoce que el envío de remesas se realiza dentro de los primeros seis meses de haberse emplazado en el lugar de residencia, tiempo en el cual la mayoría de los migrantes han logrado una ocupación que les permita tener ingresos.

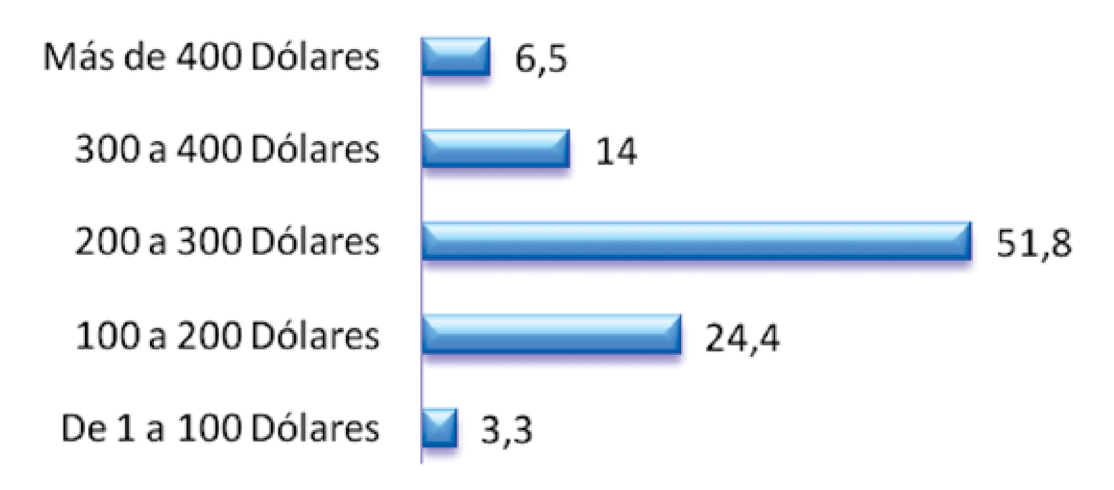
En este proceso de envio de remesas hay una pérdida por el tipo de cambio de moneda y los costos de transacción son mayores; aun así prefieren este mecanismo a los envíos en dólares. En el caso de Cochabamba, un banco cobra 20 dólares por el envío de 150 dólares, es decir, 13.33%, una tasa bastante alta. Las cantidades a enviar lo define casi siempre el migrante (92%), en contadas ocasiones sucede que los montos lo definen los padres o los hijos (a través de sus demandas); las cantidades se definen principalmente en función de cubrir las necesidades básicas de la familia (67% de los casos estudiados), es decir, en función de mejorar la calidad de vida de las familias.

Observamos que en un 8,3% de los casos, los montos se definen en función de las inversiones a realizar en el lugar de origen y un 5,6% lo hace en función al ahorro; estimamos que estas variables, inversiones y ahorro, configuran el inicio de una tendencia a la capitalización en negocios o la adquisición de tierras. Las frecuencias de envíos son igualmente variables, van desde envíos mensuales, bimensuales, trimestrales, semestrales, hasta envíos que se realizan una vez al año.

El amplio rango de montos y frecuencias de envíos, responderían a que el costo de los envíos son más baratos, que existen muchos más medios alternativos para enviar remesas y que es más fácil enviar remesas aún para los ilegales. Igualmente, esta amplitud respondería a que se perfila una dependencia cada vez mayor de las familias frente a las remesas del exterior, pues el mayor porcentaje se refiere a frecuencias mensuales.

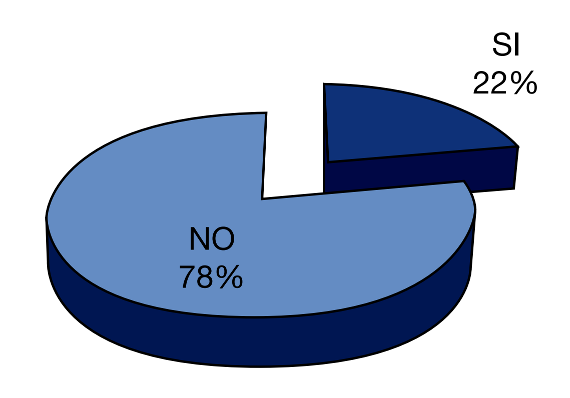
El 51% de las familias recibe una remesa de 200 a 300 dólares, pero el 24,4% recibe de 100 a 200 dólares, este ingreso es superior al de los trabajos complementarios que realiza la familia. El siguiente cuadro nos muestra el ingreso por concepto de trabajo en las familias que es sólo del 22%.

Gráfico 7
MONTO DE REMESAS RECIBIDAS



Fuente: Resultados - Encuesta a las familias de los distritos 8, 9 y 14 zona sud 2010

Gráfico 8
INGRESOS POR TRABAJO EN ORIGEN

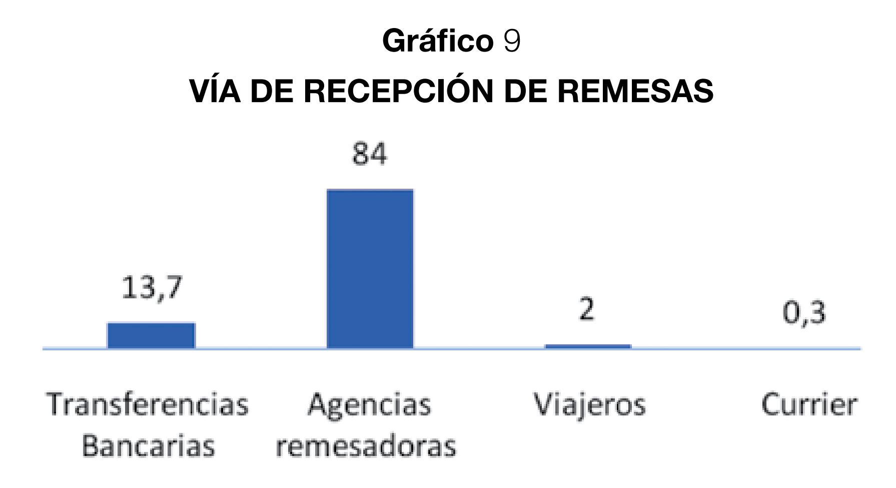


Fuente: Resultados - Encuesta a las familias de los distritos 8, 9 y 14 zona sud 2010.

El 84% de las familias recibe por agencias especializadas el envió de remesas, el 13,7% lo hace a través de transferencias bancarias, el 2% por viajeros y el 0,3% por currier.

Gráfico 9

VÍA DE RECEPCIÓN DE REMESAS

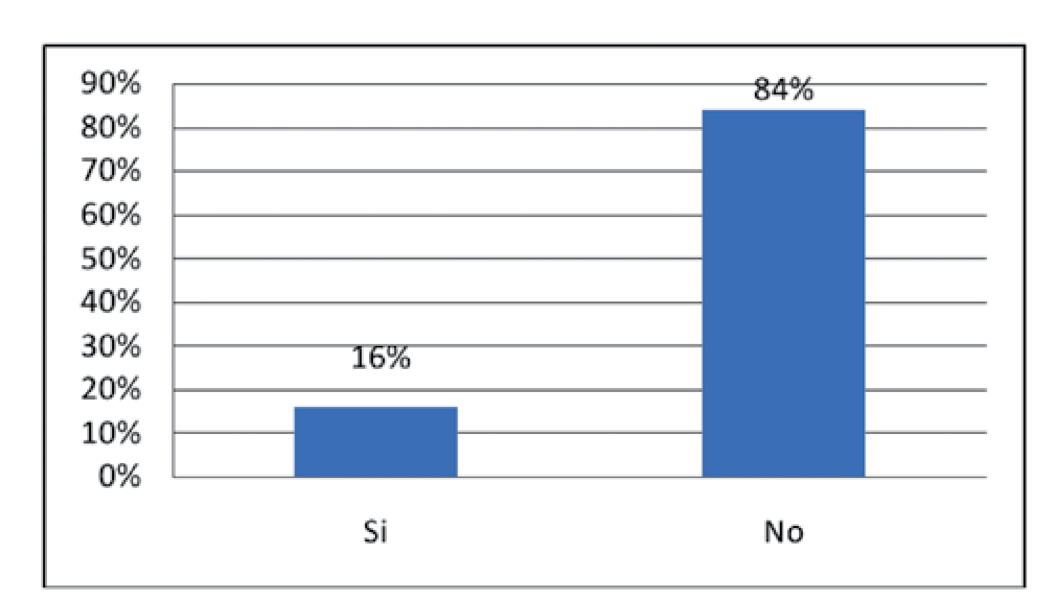


Fuente: Resultados - Encuesta a las familias de los distritos 8, 9 y 14 zona sud 2010

Sólo el 16% de las familias dispone de una cuenta bancaria y el 84% no cuenta con este servicio.

Gráfico 10

CUENTA CON UNA CUENTA BANCARIA EN ALGÚN BANCO



Fuente: Resultados - Encuesta a las familias de los distritos 8, 9 y 14 zona sud 2010.

La alta proporción de receptores que no dispone de cuenta bancaria, nos hace suponer que las familias desconocen los beneficios que hoy en día brinda la banca, beneficiando a las familias con un cobro seguro y cuentas para poder ahorrar y sin muchos costos en las transferencias de moneda.

El promedio de remesas provenientes de Europa es US$ 210 mensualmente. Indistintamente del lugar que habiten en Bolivia; los receptores de remesas reciben dinero, aproximadamente ocho veces al año. Para las características de la población de la zona sud, el promedio de remesas que reciben es de 150 a 300 dólares, con una frecuencia de doce veces al año.

4.9 Características de quienes envían las remesas

Cuando sabemos quiénes son los que envían las remesas podemos observar cual es la tendencia de relación que existen entre las personas que se van y los que se quedan, para el estudio encontramos que el 35% son el padre y madre, 23,9% su hijo/hija y sólo el 17,8% hace referencia al esposo o esposa.

Gráfico 11

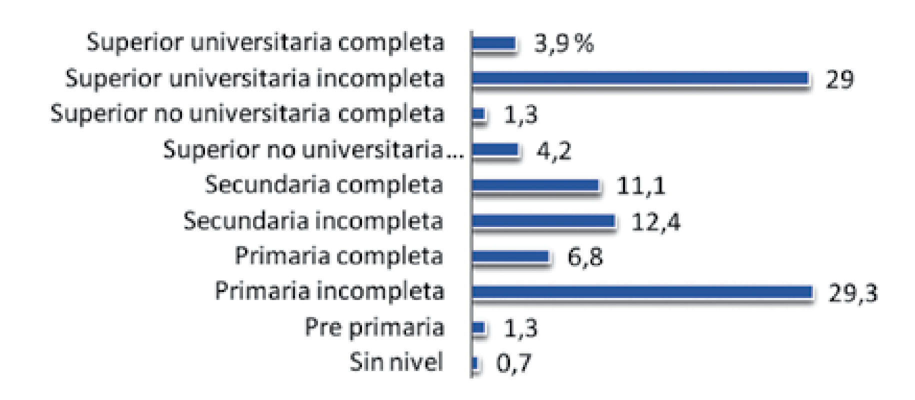
RELACIÓN FAMILIAR CON EL MIGRANTE

Persona no pariente	0,3
Sobrino/a	1,6
Yerno / Nuera	2,0
Conyuge	1,6
Tío/Tía	2
Suegro/Suegra	4,6
Padre/Madre	35,18
Hermano/a	11,0
Hijo/a	23,9
Esposo/a	17,8

Fuente: Resultados - Encuesta a las familias de los distritos 8, 9 y 14 zona sud 2010

El nivel de educativo de la población que recibe las remesas se caracteriza porque el 29,3% no concluyó la primaria, el 29% tienen estudios superiores universitarios incompletos.

Grafico 12
NIVEL EDUCATIVO DE LOS QUE RECIBEN LA REMESA

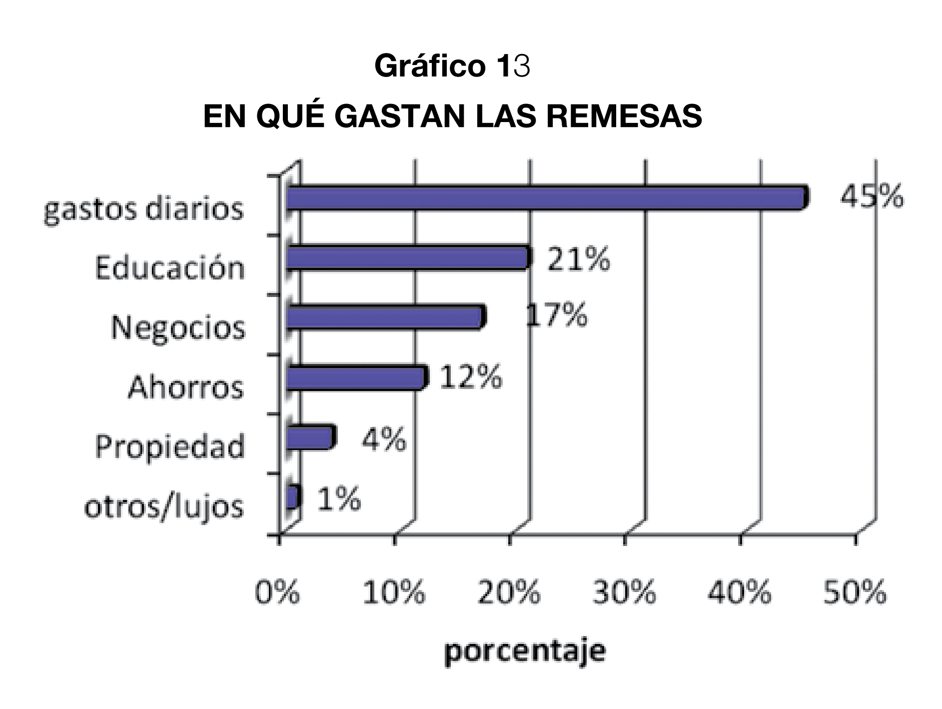


Fuente: Resultados - Encuesta a las familias de los distritos 8, 9 y 14 zona sud 2010.

4.10 Cual es el uso y empleo de las remesas

El dinero de remesas enviado por migrantes bolivianos es empleado el 55% en inversiones y 45% en gastos diarios. En el resto de los países receptores de remesas, el empleo del dinero está concentrado en gastos diarios, a excepción de Brasil que tiene una distribución parecida a Bolivia, como se muestra en el cuadro siguiente con datos del 2005.

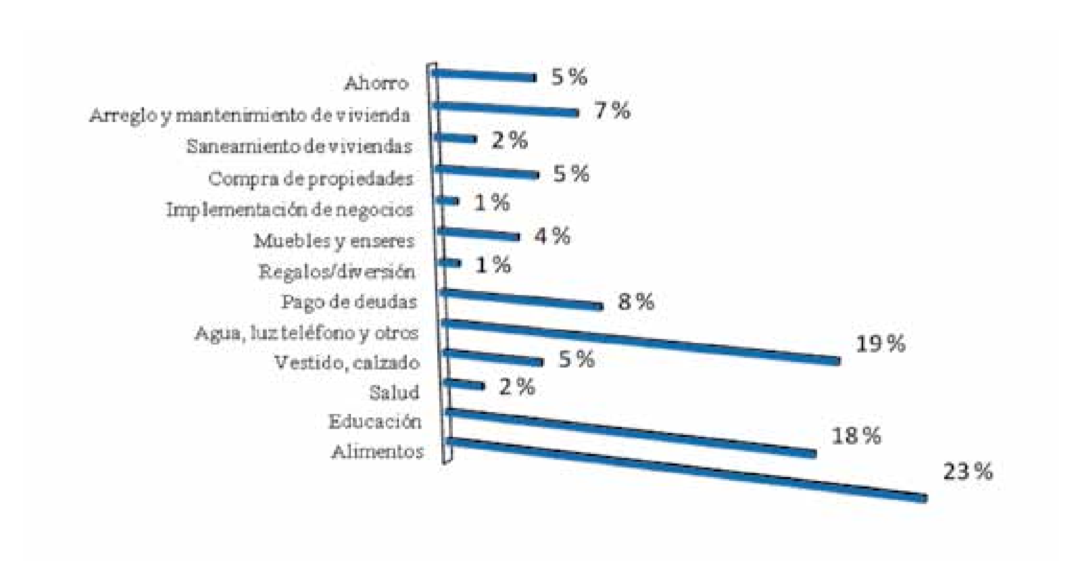
Gráfico 13
EN QUÉ GASTAN LAS REMESAS



Fuente: Encuesta de opinión pública de receptores de remesas. 2005 BID.

La situación empero parece distinta en cuanto al destino de las remesas que reciben las familias en la zona sud. Ellas tienen en promedio el siguiente destino: 23% alimentos, 18% educación, 19% en servicios básicos como agua, luz, teléfono y otros, 8% deudas, 7% arreglo y mantenimiento de vivienda, el 2% salud y sólo el 5% en ahorro.

Gráfico 14
INVERSIÓN DE LAS REMESAS



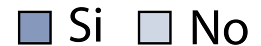
Fuente: Resultados - Encuesta a las familias de los distritos 8, 9 y 14 zona sud 2010.

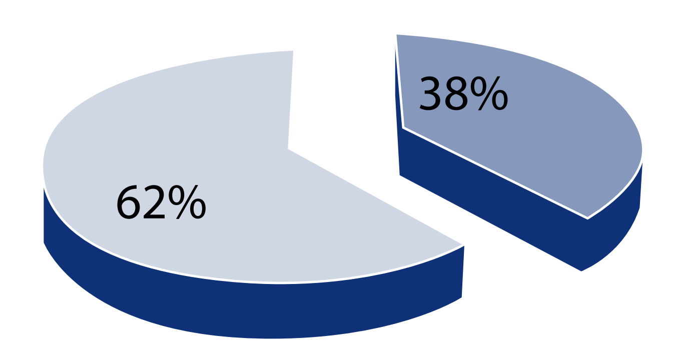
El uso de las remesas se emplea sobre todo en gastos de vivienda, vehículos, educación y no se invierten en forma significativa en proyectos productivos. En el caso de los países de origen, el principal impacto se da en el mantenimiento de la familia y en el financiamiento de la educación, el impacto se siente más en donde se gastan, no en donde se recibe, el potencial productivo de las remesas no es considerado por que los gatos no van al ahorro directo.

Los resultados confirman que la mayoría de ingresos se gastan en necesidades básicas e inversiones sociales. Además, el 60% de ingresos familiares se utilizan para consumo, indiferente de si la familia recibe remesas o no. Situación que concuerda son lo señalado por Andrade-Eekhoff quien señala que: "*Lo que estos hogares sí tienen es un poco más de ingreso para mitigar las necesidades cotidianas del hogar y asegurar que las necesidades básicas estén cubiertas*" (2004:5).

Si bien el consumo es el destino principal de las remesas, el 38% de las familias vinculadas con la migración a España manifiestan que planean establecer en el futuro algún tipo de negocio en la zona, mientras que el mayoritario 62% no declaran interés de abrir algún negocio.

Gráfico 15
INVERSIÓN DE LAS REMESAS EN NEGOCIOS





Fuente: Resultados - Encuesta a las familias de los distritos 8, 9 y 14 zona sud 2010

Ahora bien, de los hogares que reciben remesas, el 31% son para hogares a cargo de hombres y 45% para hogares a cargo de mujeres.

Sarah Mahler (1995) considera al respecto que el dinero se utiliza generalmente para el consumo, fomentando la inequidad socioeconómica y los celos, y contribuyendo a que la migración continúe. Las remesas por lo general se gastan en las necesidades cotidianas, pero también se gastan en aumentar el estatus social de los receptores, financiando mejoras físicas a propiedades, importando bienes caros y contratando a trabajadores para la refacción y construcción de las viviendas. Estas mejoras estimulan a otros individuos a emigrar para que sus familias disfruten de los mismos beneficios.

CAPITULO II



INTRODUCCIÓN

El eventual retorno de migrantes bolivianos en España a Bolivia se producirá cuando las condiciones en el país les permitan pensar en un futuro distinto al del pasado que los obligó a emigrar. Por esta razón es fundamental analizar el contexto económico que vivirá Bolivia y Cochabamba en los próximos años, con el objetivo de ofrecer un panorama de la estructura economía nacional y regional, así como sobre su potencial evolución.

La presente información se analiza haciendo énfasis en aquellos aspectos que son relevantes para la creación de una nueva empresa. Desde un contexto macroeconómico global y regional hasta aspectos microeconómicos relacionados con la creación de una empresa, pasando por una descripción de las principales variables que condicionan el accionar económico. A pesar de ello, muchos aspectos importantes sobre la realidad han tenido que quedar al margen forzosamente para concentrarse en aquéllos más útiles para que el interesado tome la decisión informada de retornar al país.

En la primera parte, se repasa brevemente el contexto económico mundial y sus impactos en la región y en Bolivia, escenario que revela el marcado estancamiento de las economías desarrolladas y, en contrapartida, el prometedor crecimiento de las economías emergentes. En la segunda, se aprecian los hechos más destacados de la situación económica del país y se analiza la prospectiva en el corto y mediano plazo. La tercera sección, se adentra en la realidad económica y social de Cochabamba.

En la cuarta parte, se revisan algunos datos relevantes acerca de la creación de nuevas empresas formales. En la quinta, se realiza un análisis económico – financiero de tres propuestas de negocio para emigrantes que deseen retornar al país. Finalmente, terminamos el documento con un análisis de los aspectos más relevantes para la formalización de estas empresas y sus fuentes de financiamiento.

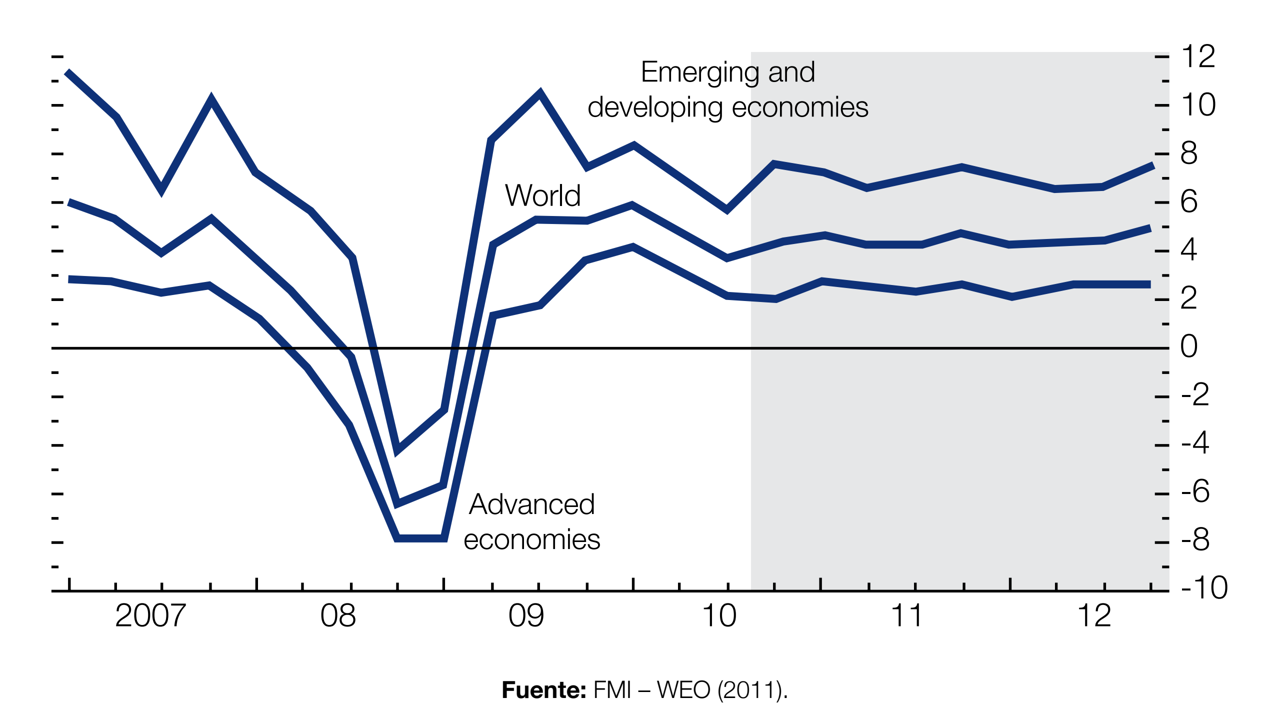
PRIMERA PARTE

Contexto macroeconómico

1. Contexto economía global y vinculación con la economía de Bolivia

Luego de dos años de la peor crisis económica en los últimos casi 80 años, a partir del 2010, se lograron los primeros resultados positivos en la economía. Este cambio provino del crecimiento a dos velocidades: las economías desarrolladas marcadas por la lenta recuperación y la emergencia de problemas estructurales que hacen pensar en años de crecimiento limitado (línea roja en el Gráfico 1), quizás ligeramente superior al 2% hasta 2011; mientras que las economías emergentes (línea amarilla) se constituyen en el motor que sustentará el crecimiento mundial, a tasas cercanas al 8% (FMI, 2011).

Gráfico 1
CRECIMIENTO ECONÓMICOPROYECTADO*



Fuente: FMI – WEO (2011).

En particular, España presenta problemas que se ven persistentes en el futuro con el consecuente bajo crecimiento en los próximos años. La necesidad de equilibrar balances fiscales (gobierno

nacional y autonómico) dentro de la política económica continental hará que los españoles deban ajustarse los cinturones con menores salarios y actividad económica mermada. Es decir, España podría haber enfrentado la crisis devaluando su moneda e incentivando las exportaciones pero claramente al tener al Euro como moneda esto no es posible. Asimismo, los estímulos fiscales como mayor gasto gubernamental o recortes en impuestos tampoco son viables dados los altos niveles de endeudamiento del gobierno central y de los autonómicos, que han motivado la presión de otros países europeos para contener esta situación y que llevó a España a situaciones similares vividas por Grecia o Irlanda.

En este escenario es un hecho aceptado que España vivirá muchos años con salarios deprimidos, altos niveles de desempleo y baja actividad económica. El crecimiento esperado para 2011 apenas llegará al 1,3% y para 2011 se estima en 2,3%[25]. Es natural que las comunidades de emigrantes vayan a sufrir con mayor fuerza esta situación.

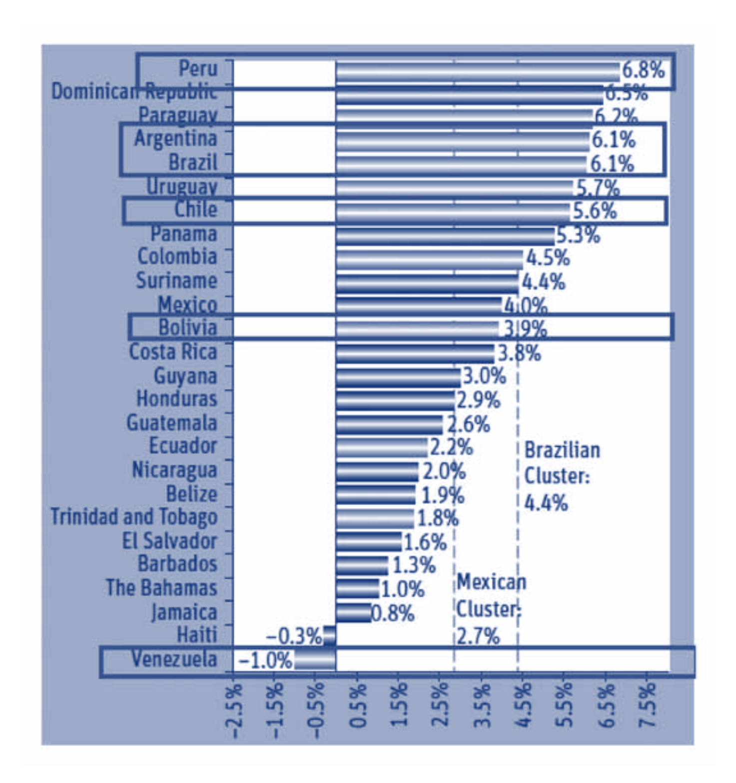
Del otro lado, los países emergentes viven años de pujante crecimiento. A los integrantes del BRIC (Brasil, Rusia, China e India) se suman ahora nuevas economías N11 (que incluyen Turquía, México, entre otras) que se perfilan como los grandes actores para los próximos años. La fortaleza de sus economías internas y el comercio entre países emergentes figuran como los principales determinantes de este vigoroso crecimiento.

América Latina vive en este escenario años dorados al haberse constituido en el principal proveedor de materias primas que alimenta el crecimiento de las economías emergentes. Minerales y alimentos sobresalen. Observando la realidad de los países limítrofes a Bolivia, es claro que Brasil, Argentina y Paraguay son los grandes beneficiados de haberse convertido en el granero del mundo. Brasil es un caso aparte al haber logrado incorporar millones de habitantes a su clase media, añadiéndole dinamismo interno a la fuerte demanda externa por sur productos, que incluyen ahora bienes con alto grado de desarrollo tecnológico (desde aviones hasta biotecnología).

De manera similar, Chile y Perú beneficiados en menor medida en cuanto a productos agrícolas, se han visto sumamente favorecidos por las cotizaciones de los precios de los minerales. El Gráfico 2 muestra las proyecciones que hacen el FMI y el BID para estas economías para los siguientes años; en conjunto, el crecimiento relevante, es decir, el desempeño de nuestros principales socios comerciales para las exportaciones, se proyecta en 3,3% para 2011 (BCB, 2011).

25 Cifras proyectadas por el Gobierno español: http://www.elpais.com/articulo/economia/Gobierno/eleva/prevision/paro/2013/elpepieco/20110407elpepieco_5/Tes

Gráfico 2
CRECIMIENTO ESPERADO PARA AMÉRICA LATINA



Fuente: Izquierdo y Talvi (2011).

En este escenario prospectivo global y regional es importante analizar los impactos que tendrán las tendencias arriba mencionadas en la economía boliviana. La principal vía de influencia en nuestra economía viene a través del sector exportador, sobre todo por el precio de las materias primas si se considera que más del 75% de las exportaciones bolivianas en 2010 fueron por gas natural, minerales y productos agroindustriales (léase soya y derivados, sobre todo). A pesar de tener en común el aumento de los precios, los efectos son diferenciados para el gas natural y minerales, por una parte, y para productos agrícolas por otra. Asimismo, el menor dinamismo de las economías desarrolladas, España sobre todo, impactará en las remesas recibidas por las familias bolivianas. Finalmente, una tercera vía de impacto relevante serán las tasas de interés esperadas.

En primer lugar están las exportaciones de hidrocarburos y minerales. Bolivia tiene un contrato de venta de gas natural a Brasil hasta 2019 y recientemente se incorporó Argentina como un mercado con potencial. Los precios pagados por estos contratos están ligados a las cotizaciones internacionales del petróleo. Esto implica que en los próximos años Bolivia tiene previsto recibir una importante cantidad de dinero, que tanto el gobierno central como los departamentales y municipales dispondrán para inversión y gasto público. Las recaudaciones por impuestos a las exportaciones mineras refuerzan esta situación al esperarse un patrón similar en los precios de los principales productos de exportación mineros: zinc y plata.

Las exportaciones agrícolas, en cambio, han sufrido un paro notorio. Aspectos de política interna que trascienden al alcance de este informe condicionan su desempeño y es previsible que esta tendencia persista en los siguientes años.

Respecto a las tasas de interés, la lenta recuperación de las economías desarrolladas y la percepción de que aún las economías en desarrollo no tienen graves problemas de inflación, hacen pensar que las tasas a nivel internacional permanecerán aún relativamente bajas en el futuro previsible, en la medida que los países emergentes sigan siendo receptores netos de recursos. A pesar de esto, se espera que en Europa y Estados Unidos suban las tasas de interés en lo posterior incentivando el retorno de capitales hacia estos lugares. Esto significa para Bolivia un escenario de tasas bajas en lo inmediato pero condicionado al contexto internacional en el futuro.

1.1 Caracterización y perspectiva de corto y mediano plazo para la economía boliviana

Luego de analizar el impacto del escenario de la evolución de la economía global en Bolivia, conviene observar con atención el desempeño esperado de la economía del país para los siguientes años a partir de la coyuntura reciente.

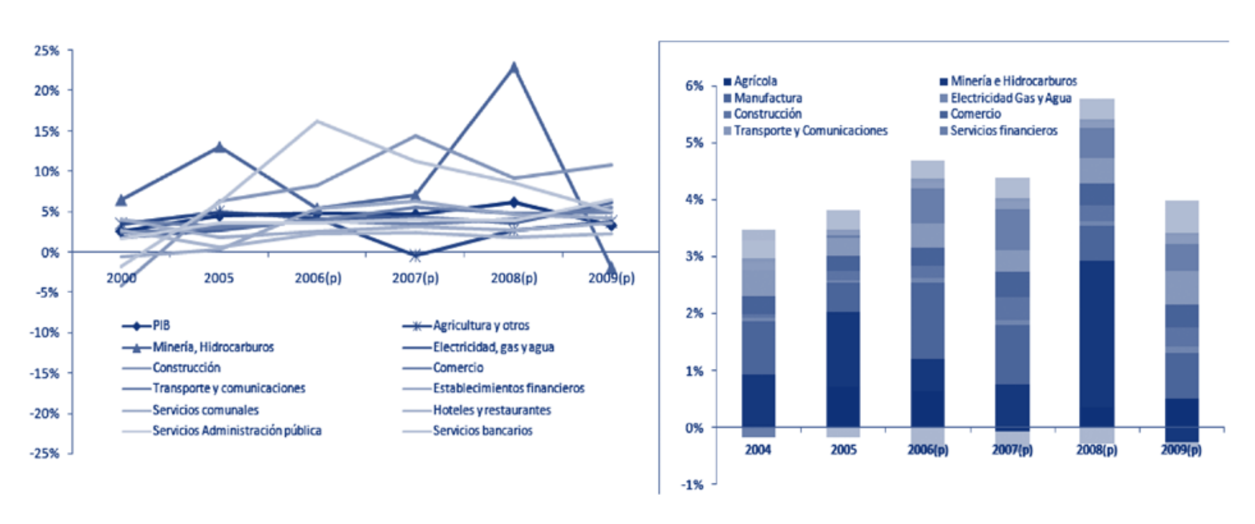
La economía boliviana ha experimentado en los últimos cinco años períodos de continuo crecimiento no observados desde mediados de la década de los 90 y, antes, desde la década de los 70. El crecimiento promedio entre los años 2005 y 2010 alcanza el 4,6%.

En esta línea, el Gráfico 3 muestra el crecimiento por actividad económica y la incidencia[26] de estas actividades en el crecimiento. En conjunto, los dos paneles nos permiten apreciar dos características importantes de la economía boliviana en los últimos años. Por una parte, existen sectores con alto crecimiento y volatilidad. Entre estos, se encuentra el sector de hidrocarburos y minería, cuyo crecimiento se ha propiciado por el escenario internacional con altos precios en las exportaciones; la construcción y la provisión de servicios bancarios muestra su alta volatilidad (especialmente para la construcción, alcanzando tasas superiores al 10% para algunos casos, señalando su alta dependencia en el ciclo económico). En contrapartida, los demás sectores mucho más orientados al mercado interno han crecido a tasas menores pero también con menor variación.

26 Este indicador se construye tomando la participación de la actividad económica del año anterior y multiplicándola por el crecimiento de ésta en el año en cuestión.

Gráfico 3

PIB BOLIVIA: CRECIMIENTO E INCIDENCIA DEL POR ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2004 – 2009



Fuente: INE y elaboración propia.

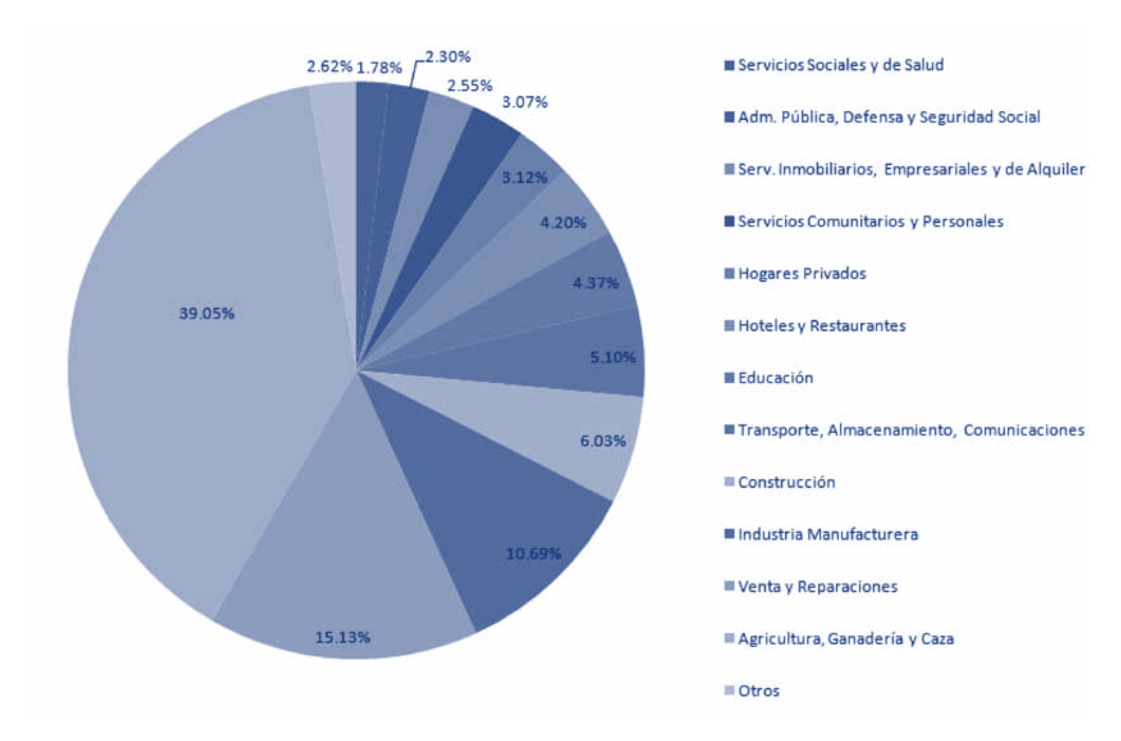
El segundo factor que salta a la vista es que a pesar del dinamismo de algunos sectores, su influencia en el crecimiento ha sido relativamente limitada (a excepción del sector hidrocarburos en 2008). Esto se debe a que estas actividades representan apenas una fracción del PIB nacional (alrededor del 25% entre 2000 y 200) y tienen limitados eslabonamientos con otros sectores.

Asimismo, es importante anotar que existe una relación casi inversa entre el empleo y el dinamismo económico. Como se aprecia en el Gráfico 4, el 71% del empleo produce apenas el 40% del producto. En particular la industria manufacturera, comercio y servicios, sectores compuestos por miles de empresas pequeñas y medianas (PYMEs) cuyo aporte es la generación de empleo es de considerable importancia. Éste es un problema directamente ligado a la baja productividad de la economía boliviana, aspecto que se discute con mayor detalle adelante.

Por otra parte, es importante observar el desempeño del sector financiero. Producto de las exportaciones, las remesas y disponibilidad de ahorros, este sector se encuentra en un momento de inusual y gran liquidez. Cerca de 3 mil millones de dólares se encuentran disponibles para ser acomodados. Este hecho coincide con un decremento considerable de las tasas de interés producto de políticas expansivas iniciadas por el Banco Central de Bolivia, que son también parte de un escenario regional global de intereses bajos. A pesar de esta situación del lado de la oferta, la colocación no ha crecido en la misma proporción. Es decir, hay mucho dinero en el sistema financiero que puede ser prestado pero menos gente dispuesta a efectivamente tomar ese dinero (Gráfico 5).

Gráfico 4

BOLIVIA: PROMEDIO ESTRUCTURA SECTORIAL DE LA PEA*, 1999–2007(%)



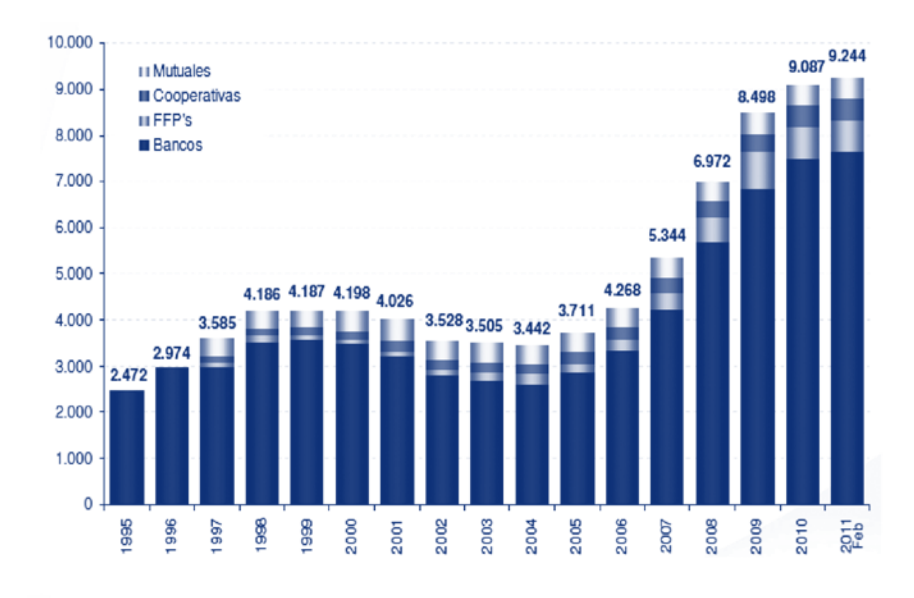
Fuente: INE. * Población de 10 Años o más en Edad de Trabajar.

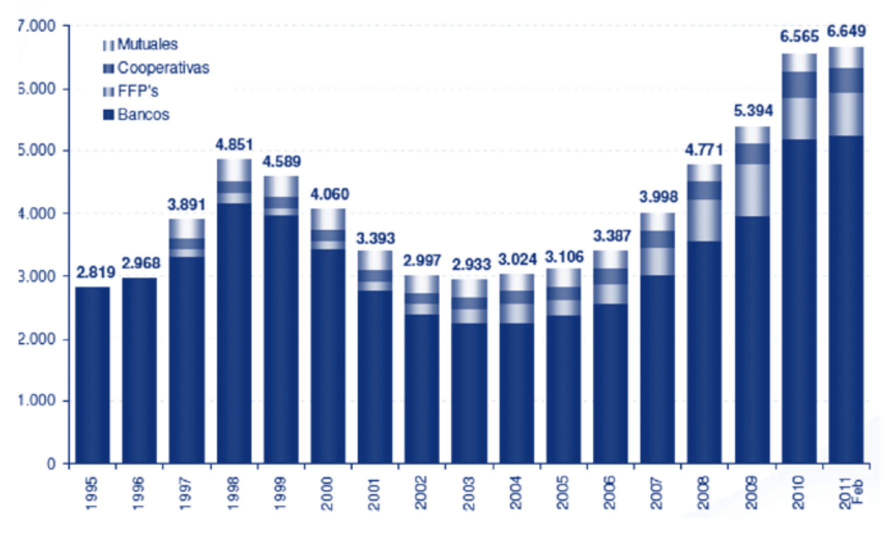
Dos factores parecen explicar esta situación. La percepción asociada a la falta de certidumbre regulatoria y jurídica en el país probablemente motive este comportamiento y expliquen por qué la mayor parte de los créditos colocados por el sector financiero se concentraron en los sectores de construcción y comercio (más del 75% de la cartera de 2010. Fundación Milenio, 2011). Una explicación alternativa radica en la posibilidad de que los actuales productos financieros no se ajustan a la realidad del sector productivo boliviano compuesto sobre todo por pequeñas y medianas empresas, buena parte de ellas dentro de la informalidad. Esto dentro de una estructura de mercado en el sector bancario que limita la otorgación de crédito de largo plazo por sus elevados requerimientos en la banca formal, y altas tasas en microfinanzas, incentivando las actividades rentables en el corto plazo (Morales, 2007).

Existe, sin embargo, la firme intención desde el gobierno de canalizar la liquidez hacia las PYMEs. Las necesidades de generar empleo desde la base empresarial pasa por llevar este dinero a iniciativas empresariales motivarán que se adopten políticas directas así como modificaciones regulatorias para facilitar este tipo de inversiones. A pesar de no haberse concretado aún, la visión gubernamental va en este sentido (Viceministro de la Micro y Pequeña Empresa, Ramiro Lizondo, 2011).

Gráfico 5

CAPTACIÓN (ARRIBA) Y COLOCACIÓN (ABAJO) DE CRÉDITOS EN EL SECTOR FINANCIERO, MILLONES DE USD





Fuente: MEF (2011).

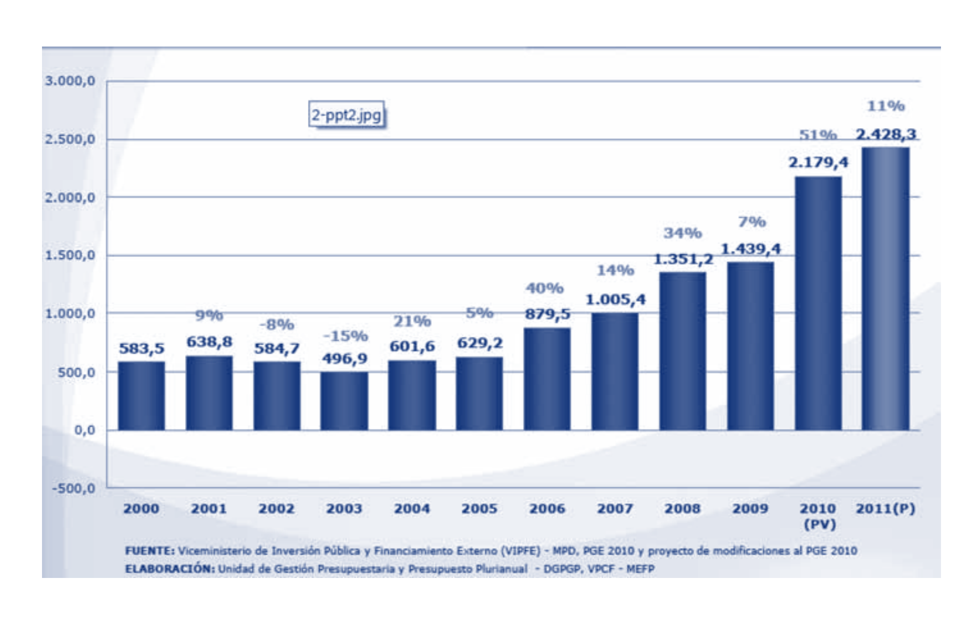
Estos ingredientes, junto con los expuestos en la sección anterior, hacen pensar que el escenario económico de Bolivia en los próximos años será promisorio aunque no libre de problemas.

Puede preverse que el valor de las exportaciones continuará siendo un motor importante, hecho que repercutirá en mayores ingresos para los distintos niveles de gobierno. Esto se traducirá en un fuerte impulso en inversión pública que ya se viene realizando desde hace unos años, hecho enmarcado dentro de la estrategia gubernamental de potenciar el crecimiento del mercado interno a través de inversión pública y el gasto.

El gobierno tiene previsto en 2011 hacer inversiones del orden de 2.400 millones de dólares, cifra récord para el país, de los cuales más del 75% (alrededor de 1.850 millones de dólares) irán dirigidos a inversión en los sectores de hidrocarburos, infraestructura carretera y vivienda social[27]. Buena parte de esta inversión se concentrará en la construcción de carreteras, una de ellas conectando Villa Tunari con San Ignacio de Moxos, y al sector hidrocarburos, cuyas necesidades de inversión se hacen crecientemente evidentes. Asimismo, los sectores de saneamiento básico, electricidad, desarrollo agropecuario y minería concentrarán cerca de 500 millones de dólares. Es claro que los sectores beneficiados de esta importante inyección de dinero desde el Estado seguirán siendo los que más han crecido en los últimos años, en particular el sector construcción. El 65% de los recursos que utilizará el gobierno en inversión pública provendrán de fuentes propias, el restante de multilaterales en forma de cooperación y deuda (3 mil millones de Bs en 2009).

Gráfico 6

INVERSIÓN PÚBLICA: NIVELES (MM DE DÓLARES) Y CRECIMIENTO (%), 2000 – 2011



Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas (2011).

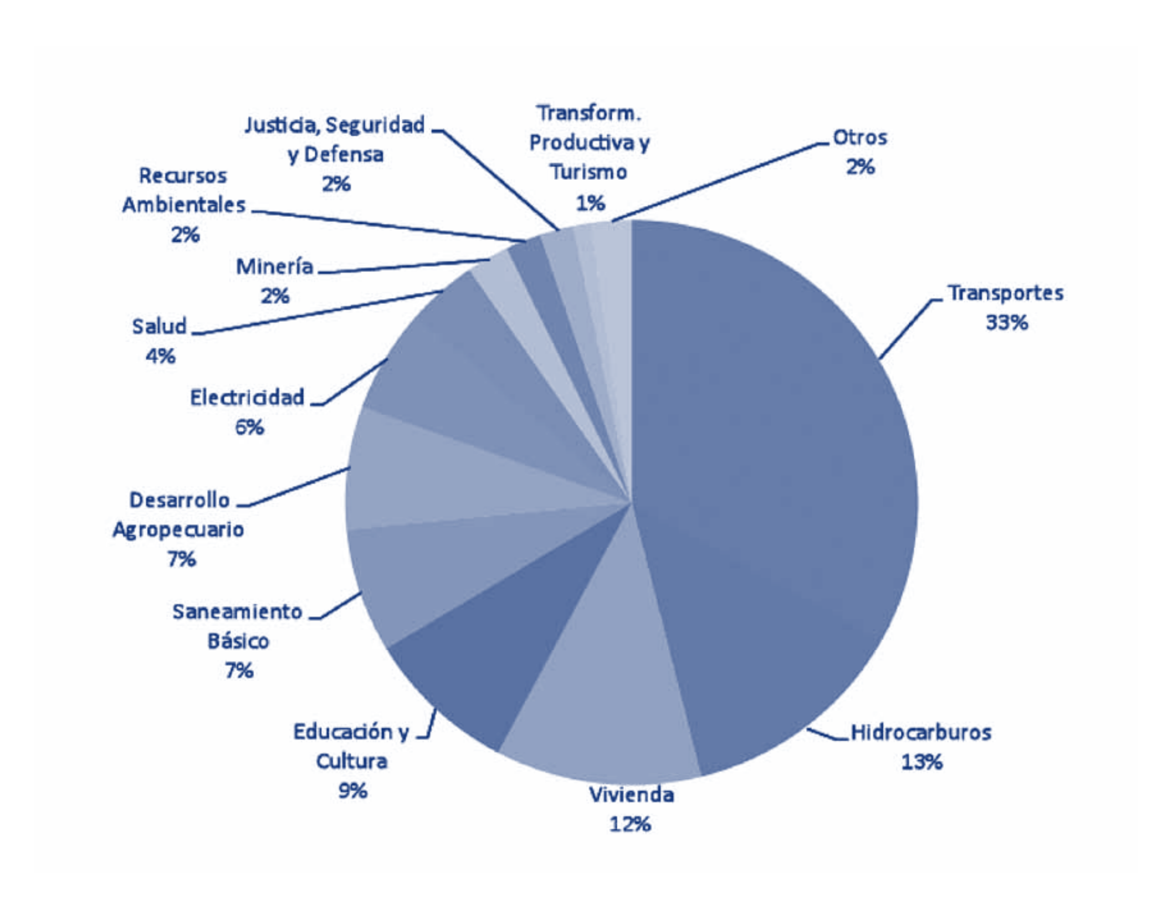
Las transferencias de dinero, en forma de bonos, ascenderán a cerca de 400 millones de dólares, y llegarán a ciertos sectores de la población, generalmente de bajos ingresos, y contribuirán a incrementar el consumo de los hogares, aunque es razonable que parte de este aumento se destine a la importación de bienes considerando además la continua apreciación del tipo de cambio, hecho que contribuiría de manera marginal al crecimiento pero que abre la ventana de oportunidades de negocio como se verá

27 América Economía 2011. http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/presupuesto-2011-de-bolivia-destinara-us1800m-al-sector-productivo

adelante. Más allá de esto, los beneficios sociales de la implementación de estas transferencias condicionales pueden ser grandes si se replican en el país los impactos de experiencias similares en América Latina (Rawlings y Rubio, 2005).

Gráfico 7

DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DE LA INVERSIÓN PÚBLICA, 2011. (%)



Fuente: Fundación Jubileo (2011).

Por otra parte, el gobierno ha manifestado la clara intención de incrementar la colocación de dinero en crédito, dada la alta liquidez en el sector financiero, con marcada relevancia hacia el sector productivo. En este escenario, la relevancia de créditos para PYMEs cobrará especial interés; la emergencia de nuevos productos financieros con el objetivo de dirigir recursos hacia este extenso universo de empresas es una política previsible que impulsará al gobierno a mediano plazo.

Bolivia es considerado uno de los países líderes a nivel global en el desarrollo de microfinanzas (IEU – The Economist, 2011), hecho que facilitaría la implementación de políticas de esta naturaleza y es de especial relevancia para el colectivo migrante boliviano en España como se ve adelante.

Sin embargo, surgen también nubes negras en el escenario económico nacional. El factor más importante en este sentido es la inflación. El aumento de precios en alimentos es quizás lo más preocupante al haber alcanzado a marzo de 2011 el 18% (BCB – IPM, 2011), producto de un conjunto de factores: oferta agropecuaria seriamente afectada por fenómenos naturales y un clima de relaciones entre el gobierno y ciertos grupos productores enrarecido por la subida internacional de los precios de algunos productos agrícolas. Se suma a esto la ya expuesta necesidad de elevar el precio de los carburantes por el elevado costo del subsidio para el sector público, que posiblemente haya modificado las expectativas de inflación futura en la población, que empieza a defenderse pidiendo incrementos salariales y aumentos de precios en los bienes y servicios que vende. Para contrarrestar esta situación, el gobierno tiene previsto la apreciación del tipo de cambio (revalorización respecto al dólar), que abaratará las importaciones.

Otro factor de preocupación es el elevado nivel de la deuda interna del país que ha servido para financiar el gasto público. El gobierno ha incurrido ya en déficit público, que para 2011 se estima en 4,2% del PIB. La Tabla 1 muestra los balances gubernamentales y la deuda pública interna en el período 2005 – 09. Ambos indicadores hacen pensar que la fuerte inversión y los gastos públicos vienen tanto de mejores ingresos fiscales por hidrocarburos como por creciente endeudamiento. Esto a la larga plantea problemas importantes si los recursos externos dejan de fluir hacia la economía en un modelo de desarrollo apoyado fuertemente en el gasto gubernamental.

Tabla 1

BALANCE FISCAL Y DEUDA PÚBLICA, 2005 – 2009

	Balance Fiscal % PIB	Deuda Interna Millones Dólares	Deuda Externa Millones Dólares
2005	0.0	3,401	707
2006	4.5	3,527	469
2007	1.7	3,527	324
2008	3.2	3,910	358
2009	0.1	4,236	390
2010	2.0	4,554	430
2011	-4.2		

Fuente: MEF (2011).

Asimismo, elementos estructurales de largo plazo, quizás aún más relevantes persisten irresueltos. Aspectos como la baja productividad, la excesiva dependencia en las exportaciones tradicionales, los limitados encadenamientos productivos entre sectores, entre otros son desafíos que no han sido encarados hasta ahora (Wanderley, 2009; Gray Molina, 2009). Es claro que el ambiente macroeconómico general del país parece favorable, sin embargo, en la solución de estos factores microeconómico estructurales se encuentra la esencia para lograr niveles de crecimiento sostenibles en el mediano y largo plazo.

1.2 Economía de Cochabamba

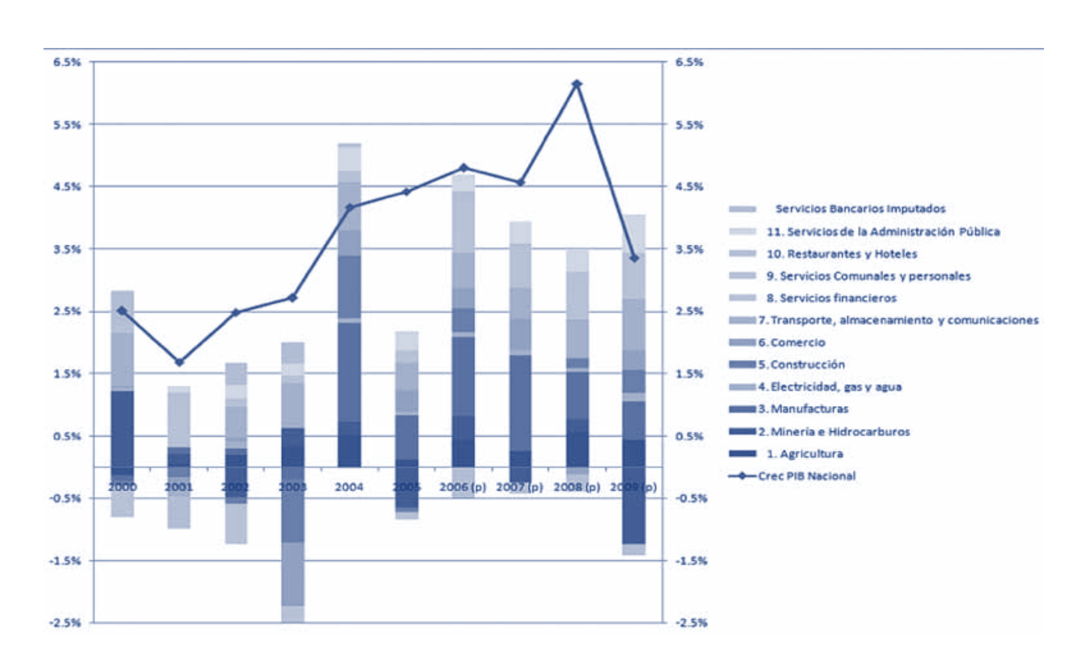
Luego de haber analizado las perspectivas de la economía global y regional, además de la realidad de Bolivia, es conveniente profundizar el análisis sobre la realidad económica de Cochabamba, al ser este el potencial destino principal de los migrantes interesados. Se manejan datos a nivel departamental; del área metropolitana compuesta por los municipios de Cercado, Quillacollo, Tiquipaya, Colcapirhua, Sipe Sipe, Vinto y Sacaba; y cuando fue posible, información a nivel distrital.

Es pertinente comenzar por la composición del PIB departamental según actividad económica. Cochabamba ha decrecido en su participación en el producto nacional en los últimos años a favor de Santa Cruz, Tarija y La Paz hasta alcanzar un promedio de 15%. La composición del PIB regional se concentra en los sectores de manufacturas, transporte y comunicaciones, agricultura.

Asimismo, es claro que el crecimiento del departamento en el período analizado estuvo por debajo del crecimiento nacional (Gráfico 8). Esto se explica porque, como fue mencionado antes, el dinamismo de la economía del país estuvo motivado ante todo por el sector exportador: hidrocarburos y minería, sectores en los que Cochabamba tiene poca participación. La economía cochabambina está orientada a la satisfacción del mercado local al estar geográficamente ubicada en el centro del país, hecho que se refleja que la incidencia en el crecimiento de 2009 se produjo por la manufactura, el transporte, los servicios financieros de la administración pública y la construcción; es también importante el declive del sector petrolero departamental producto del agotamiento de los principales pozos de crudo del departamento.

Gráfico 8

COCHABAMBA: CRECIMIENTO E INCIDENCIA POR ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2000 – 2009



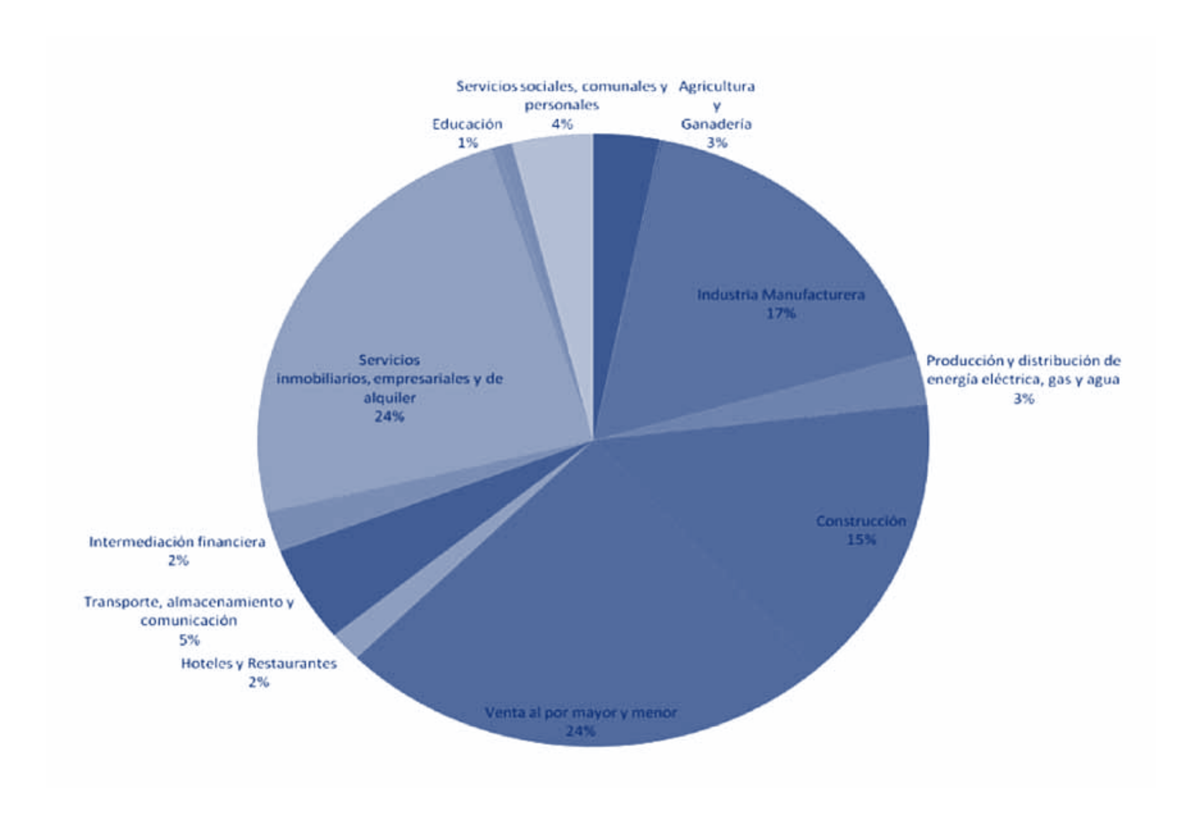
Fuente: Elaboración propia con información del INE.

Respecto a la inversión privada, tomando como variable que aproxime este indicador a la colocación de créditos del sector financiero, se aprecia que su evolución ha sido positiva entre 2009 y 2010, habiendo crecido la inversión privada hasta en un 20%. Sin embargo, un análisis más detallado nos permite apreciar que la mayor parte de este crecimiento estuvo explicado por nuevos créditos hacia los sectores inmobiliarios y de venta al por mayor y menor, que en conjunto explican más del 75% de este dinamismo. Este hecho es aún más evidente al apreciarse del Gráfico 8 que más del 65% de los 982 millones de dólares, que representaron la cartera bancaria de 2010, fueron destinados a la construcción y al comercio.

La evidencia fáctica en Cochabamba (también en La Paz y Santa Cruz), donde se aprecia cómo construcciones son vendidas apenas empiezan a ser edificadas, a pesar de que el precio por metro cuadrado construido se haya duplicado en los últimos dos años, da cuenta de este hecho. A pesar de ello, la industria manufacturera, tradicional actividad de la región conserva un 15% de la cartera. La alta concentración en estos sectores es similar a la realidad del país y hace pensar en que el involucramiento del sector privado en el crecimiento está severamente orientado a actividades lucrativas de corto plazo. A falta de evidencia empírica al respecto, la incertidumbre generada y la falta de instrumentos financieros que se ajusten a la realidad empresarial del país ofrecen explicaciones sobre el no dinamismo en otros sectores. Lo cierto es que es difícil pensar en crecimiento sostenido de largo plazo si no se dinamizan sectores que aumenten la productividad y el empleo.

Gráfico 9

DISTRIBUCIÓN DE LA CARTERA BANCARIA EN COCHABAMBA, 2010 (%)



Fuente: ASFI (2011).

A pesar de ello, la financiación a través de micro financieras destinadas sobre todo a las manufactureras y al comercio, sectores que agrupan a la mayor parte de las PYMES, ha crecido de manera sostenida. Los intereses son aún elevados, pero la competencia y la elevada liquidez en el sistema financiero hacen pensar que las condiciones de financiamiento pueden mejorar.

Por otra parte, un componente importante, a juzgar por las perspectivas nacionales, será la inversión pública. Al respecto es importante analizar cómo se comportaron los ingresos que reciben la gobernación y municipalidades, cómo gastaron ese dinero y juzgar a partir de estos elementos en qué se destinó el dinero que se recibió en 2011.

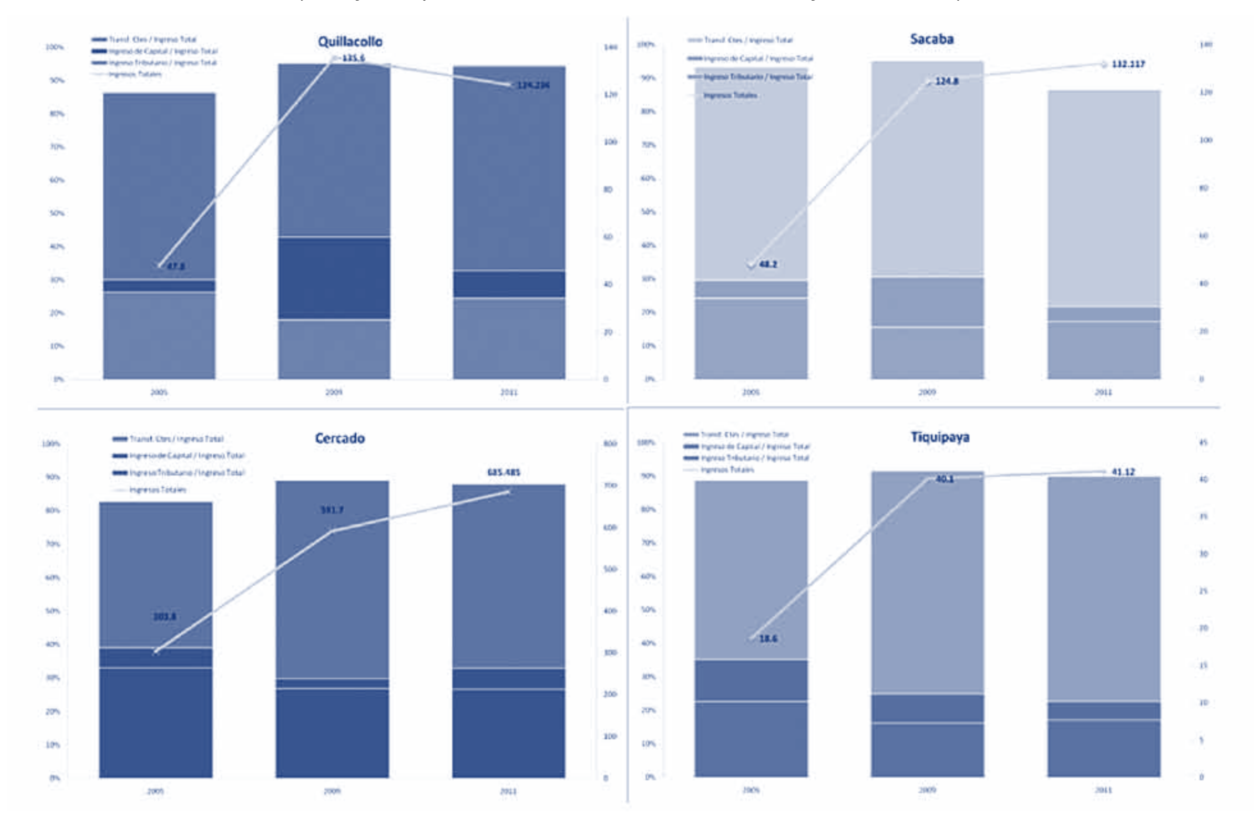
El primer detalle que resalta es la dependencia de las transferencias, por parte de los municipios y gobernación. El Gráfico 10 muestra la evolución de los ingresos de los diversos municipios y de la gobernación para 2005, 2009 y el proyectado para 2011, así como la participación porcentual de las tres principales fuentes de ingreso. Es claro que los municipios más pequeños dependen en mayor medida de las transferencias del gobierno. Para Cochabamba, Quillacollo, Sacaba y Tiquipaya la recaudación interna de impuestos es también un factor

importante. Asimismo, es resaltable que más del 70% de los recursos para municipios quedan concentrados en el área metropolitana.[28]

Gráfico 10

INGRESOS DISTRIBUCIÓN POR FUENTES DE FINANCIAMIENTO DE MUNICIPIOS DEL ÁREA METROPOLITANA, 2005, 2009 Y 2011

(% eje izquierdo; millones bolivianos eje derecho)



Fuente: Elaboración propia con información del MEF y UDAPE.

Producto en buena medida de las transferencias desde el gobierno central, a raíz de los mayores ingresos por hidrocarburos, y la mayor actividad económica para los municipios más grandes, el ingreso que estos perciben ha crecido de manera notable entre 2005 y 2011: en promedio, 50%.

Por otra parte, agregando el presupuesto de estos municipios, se aprecia que para 2011, los gobiernos municipales del área metropolitana y la gobernación destinarán entre proyectos de inversión y gasto corriente la suma de 2.829 millones de bolivianos (alrededor de 400 millones de dólares). La distribución de este gasto se resume en la Tabla 2. Asimismo, resulta interesante ver que los ingresos por regalías se han mantenido casi constantes a pesar del notable incremento en los precios; esto se debe a la muy severa reducción de la producción petrolera del departamento.

28 La información fue obtenida del Presupuesto General del Estado para varios años, publicados MEF, e información del Atlas Fiscal de UDAPE.

Tabla 2

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DE PRESUPUESTOS EN MUNICIPIOS (2011) Y GOBERNACIÓN (2005, 2011) DE COCHABAMBA. (Millones de bolivianos corrientes)

	Gobernación			Municipios 2011*		
	2005	2009	2011*	Cercado	Quillacollo	Sacaba
SERVICIOS PERSONALES	642.0	1116.8	1238.2	86.7	21	21.9
SERVICIOS NO PERSONALES	30.4	30.7	44.5	172.9	13.7	19.9
MATERIALES Y SUMINISTROS	48.4	56.5	58.6	89.6	27.8	16.1
ACTIVOS REALES	216.7	185.4	4.2	395.2	48.7	40.6
ACTIVOS FINANCIEROS	0.0		0.0			20.0
SERVICIO DE LA DEUDA PUBL.	14.9	40.4	42.1	110.4	5.6	4.4
TRANSFERENCIAS	36.7	187.6	126.8	32.0	6.6	10.3
IMPUESTOS, REGALIAS Y TASAS	0.1	0.1	319.5	0.0		
OTROS GASTOS		0.1	8.5	8.3	1.2	18.981
Totales	989	1,618	1,843	895.2	124	152.1

*Valores presupuestados

Fuente: Elaboración con información de MEF y UDAPE.

A pesar de ello, la inversión pública de los tres niveles de gobierno entre 2006 y 2009 fue de 530 millones de dólares, superior a los 303 millones de dólares destinados entre 2002 y 2005, para 2011 el MEF presupuestó alrededor de 250 millones. De este monto, alrededor de 63 millones de dólares (440 millones de bolivianos) serán cubiertos por las municipalidades de Cochabamba y apenas 15 millones por la gobernación.

Para este año, se prevé que uno de los más grandes proyectos de inversión será el inicio de la carretera Villa Tunari – San Ingnacio de Moxos, en el Beni. La Gobernación, por su parte, señala que realizará 17 nuevos proyectos y 74 continuará de gestiones pasadas, entre los que se encuentran: el desarrollo de Complejos Territoriales Integrales en distintas regiones del departamento basándose en el aprovechamiento de los mejores recursos que tiene cada región: frutas, coca y el turismo en el trópico; para el cono sur cereales y turismo; lácteos y hortalizas para el valle alto y bajo; mientras que en la región metropolitana los lácteos, manufacturas de cuero, madera y confecciones[29]. Asimismo, se espera que se reactiven las cuatro obras más grandes que están paralizadas desde que asumió el cargo el Gobernador Edmundo Novillo (el 30 de mayo del presente año) que son las carreteras Vinto - Sacambaya (la carretera nueva a La Paz, por el lado de Independencia), Lacma – Santiváñez (vía de ingreso al parque industrial), la segunda fase del Proyecto Múltiple Misicuni (construcción de la presa de 120 metros de altura) y el edificio del Instituto de Investigaciones Forenses (IDIF) (Gobernación de Cochabamba, 2011).

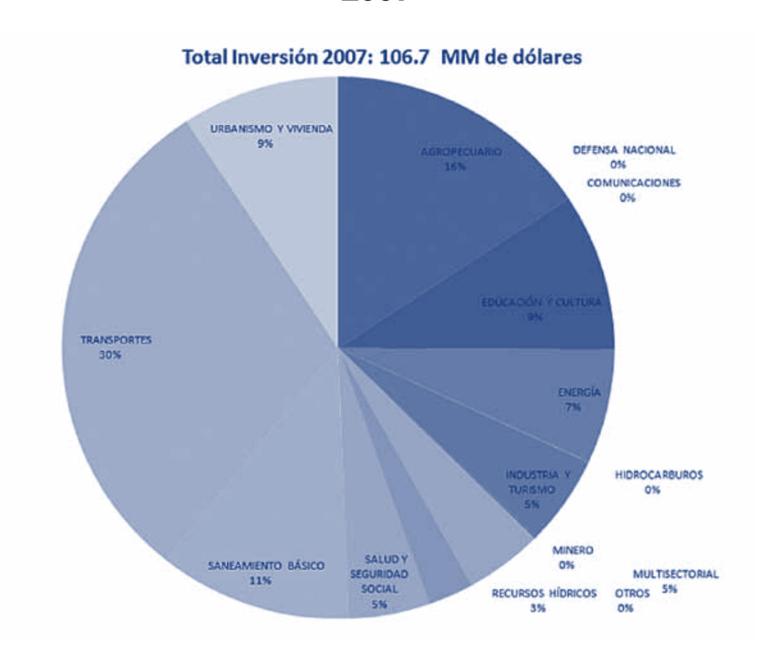
29 Blog Bolivia Decide: http://boliviadecide.blogspot.com/2011/01/cochabamba-solamente-17-proyectos.html

A nivel municipal, el presupuesto de Cercado prevé gastar más del 85% del monto destinado en inversión de proyectos (440 millones de bolivianos) en construcción de infraestructura, mantenimiento y construcción de caminos vecinales, alumbrado público y saneamiento básico. Algo similar ocurre con Quillacollo, Sacaba y los demás municipios del área metropolitana.

A falta de información más reciente, la inversión por sectores en 2007 se concentró en los sectores de transporte, urbanismo, vivienda, saneamiento básico y agropecuario. Si se supone que la distribución de estos recursos variará de manera significativa, es claro que los impactos más grandes del multiplicador de la inversión se sentirían en un par de sectores: construcción y servicios, sobre todo.

Gráfico 11

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN PÚBLICA POR SECTORES EN COCHABAMBA, 2007



Fuente: Elaboración con datos de UDAPE.

1.2.1 Social

El departamento de Cochabamba alcanzó en 2010, según estimaciones del INE, los 1.861.919 habitantes, siendo el municipio de Cercado el que aglutina a la mayor parte: 618 mil. La población departamental creció entre 2005 y 2010 una tasa promedio anual de 2,3%[30], ligeramente superior a la tasa nacional y constituyéndose en uno de los departamentos con mayor crecimiento por detrás de Santa Cruz, Tarija y Pando, aunque este último es un caso especial. La explicación posiblemente se encuentre en el menor dinamismo de la economía cochabambina respecto a otras ciudades a nivel nacional que redujo el incentivo para la migración hacia nuestro departamento.

30 El promedio nacional de crecimiento fue de 2,1% a partir de una población de 9.427 millones de habitantes en 2005 (INE).

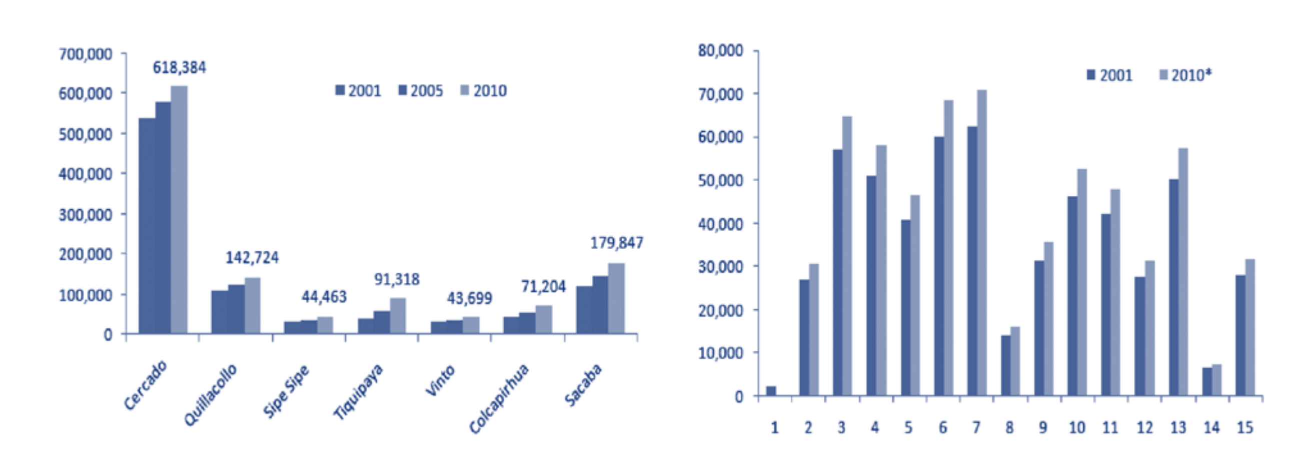
La ciudad de Cochabamba creció a tan sólo 1,3% anual, tasa por debajo de la de reposición y considerablemente más baja a las observadas en décadas pasadas, momento en el cual la población de la ciudad Cochabamba creció a un 4,3% anual entre 1976 y 1992, y 2,6% entre 1992 y 2001[31]. La ciudad, sin embargo, ha ido continuamente a extender sus límites hacia sur, norte y con mayor presencia hacia el este y oeste, haciendo de la región metropolitana una sola mancha urbana crecientemente conectada y esto explica en buena medida el bajo crecimiento poblacional del Cercado.

En contrapartida, los municipios aledaños se poblaron a tasas superiores al 4% anual, destacando Tiquipaya que creció por encima del 9% anual. Considerando este hecho, el promedio ponderado del área metropolitana en estos 10 años fue del 3,93% anual. Una hipótesis para explicar este hecho es que las migraciones desde el interior del departamento[32] de Cochabamba han dejado de concentrarse en el Cercado y se concentran en los municipios aledaños.

El Gráfico 12 muestra la población en los siete municipios considerados para el área metropolitana junto con la población estimada por distritos del Cercado, suponiendo una distribución al interior de este municipio similar a la de 2001[33], ya que no se cuenta con esta información para 2010.

Gráfico 12

POBLACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE COCHABAMBA: 2001 Y 2010*



*Cifras estimadas.

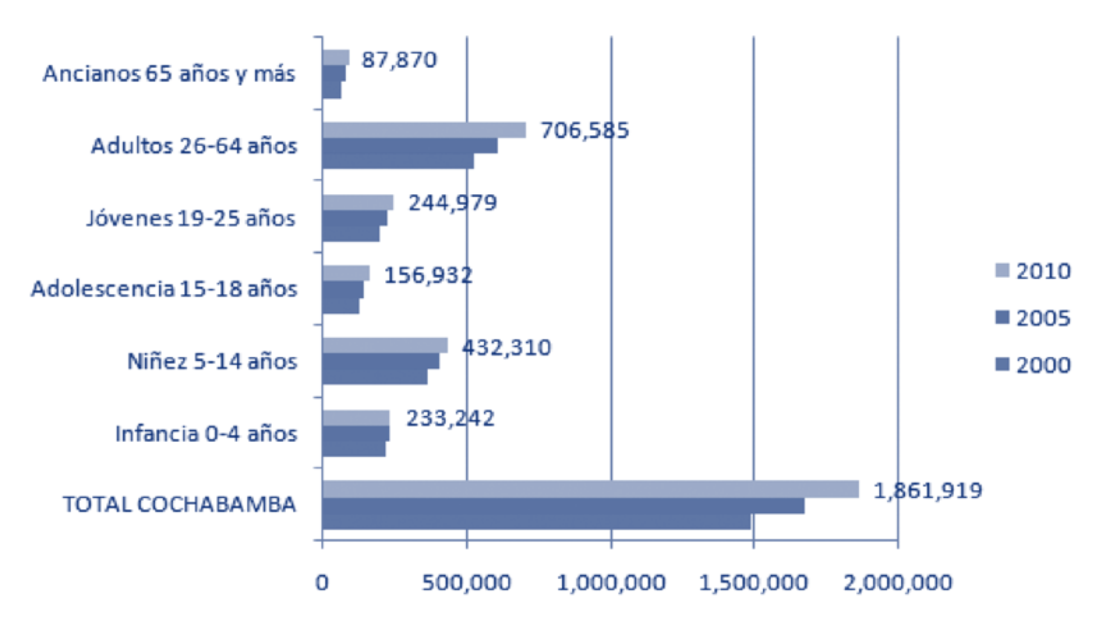
Fuente: Elaboración propia con información del INE y Veizaga y Butrón (2003).

31 Butrón y Veizaga (2003) reportan que entre 1996 y 2001, el municipio de Cercado recibía un promedio mensual de 1.300 nuevos habitantes.
32 Departamento equivale a Provincia.
33 Este supuesto no es válido pero los resultados obtenidos sirven de referencia para obtener un aproximado de la población por distritos.

Por otra parte, destaca también la importancia en la población de niños, jóvenes y adolescentes. Ver el Gráfico 13. Más del 57% de los más de 1,8 millones de habitantes son menores de 25 años. Y el hecho de que tan sólo 87 mil personas sean mayores de 65 años implica que en la categoría de adultos haya una fuerte proporción de adultos en edad productiva. Este hecho es respaldado por información del Censo de 2001 que da cuenta que a 2001 en la ciudad de Cochabamba había menos de 10 mil habitantes mayores de 55 años (Veizaga y Butrón, 2003) y en la Encuesta MECOVI de 2002 el 90% de la población era menor a 55 años.

Gráfico 13

PROYECCIONES DE POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD EN COCHABAMBA: 2000, 2005 Y 2010 (HABITANTES)



Fuente: Elaboración propia con información del INE.

Las tendencias demográficas descritas: la creciente urbanización de los municipios aledaños al Cercado y la importante fracción de jóvenes, tienen importantes implicaciones para las oportunidades de negocio y el empleo en Cochabamba. Por ejemplo, el crecimiento anual promedio de infantes entre 2000 y 2010 fue del 8%, aspecto que refleja que una importante fracción de adultos y jóvenes han formado nuevas familias con las consecuentes implicaciones en consumo y necesidades. Asimismo, la marcada urbanización del eje metropolitano suponen que habrá creciente demanda por bienes asociados a la vida en centros urbanos: nueva vestimenta, alimentos más procesados, vivienda, entre otros.

1.2.2 Acceso a servicios básicos

Durante la década de los 90, los distritos que mayor crecimiento tuvieron fueron 7, 8, 9 y 13 entre 1992 y 2001. Localizándolos geográficamente, estos corresponden a la zona sur de la ciudad. Las carencias en acceso a servicios básicos de estos distritos fue una consecuencia crítica en este período y aunque ha sido subsanada por las gestiones municipales en este decenio es razonable que aún persista rezagada.

1.2.3 Educación

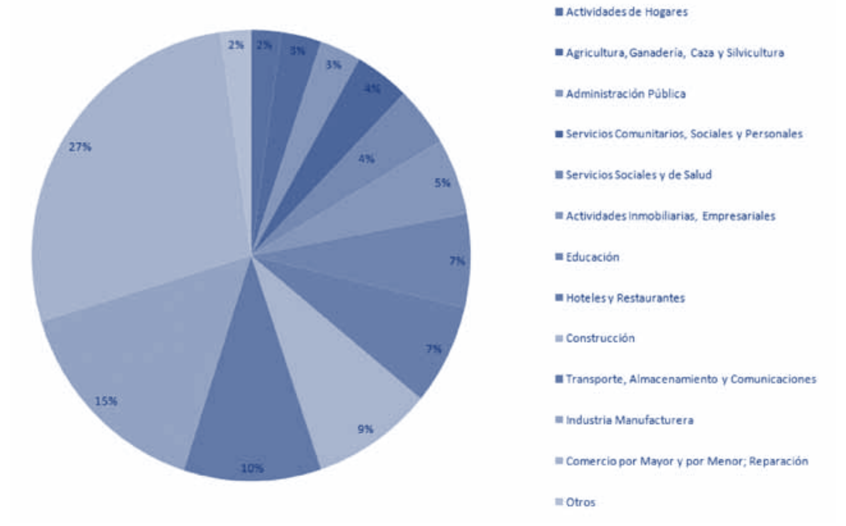
En cuanto a la educación superior, cada año se suman a la fuerza laboral 2.700[34] graduados y graduadas de la Universidad Mayor de San Simón (UMSS) (pública) y la de la docena de universidades privadas, muchos y muchas condenados al desempleo o al empleo precario como se verá adelante. Asimismo, en 2007 había 52 mil inscritos en la UMSS, por otros 15 mil en universidades privadas.

Estos datos dan cuenta de un importante contingente de jóvenes profesionales que buscarán empleo en el mediano plazo. Desde el punto de vista de un emprendedor, esto implica que existirán profesionales que pueden ser parte de la nueva empresa para cubrir algunas deficiencias o mejorar competencias de estos emprendimientos, especialmente para aquellos graduados de ramas técnicas, ingenieriles y/o empresariales.

1.2.4 Empleo

Gráfica 14

DISTRIBUCIÓN DEL EMPLEO POR ACTIVIDAD ECONÓMICA EN LA CIUDAD DE COCHABAMBA, 2009 (%)



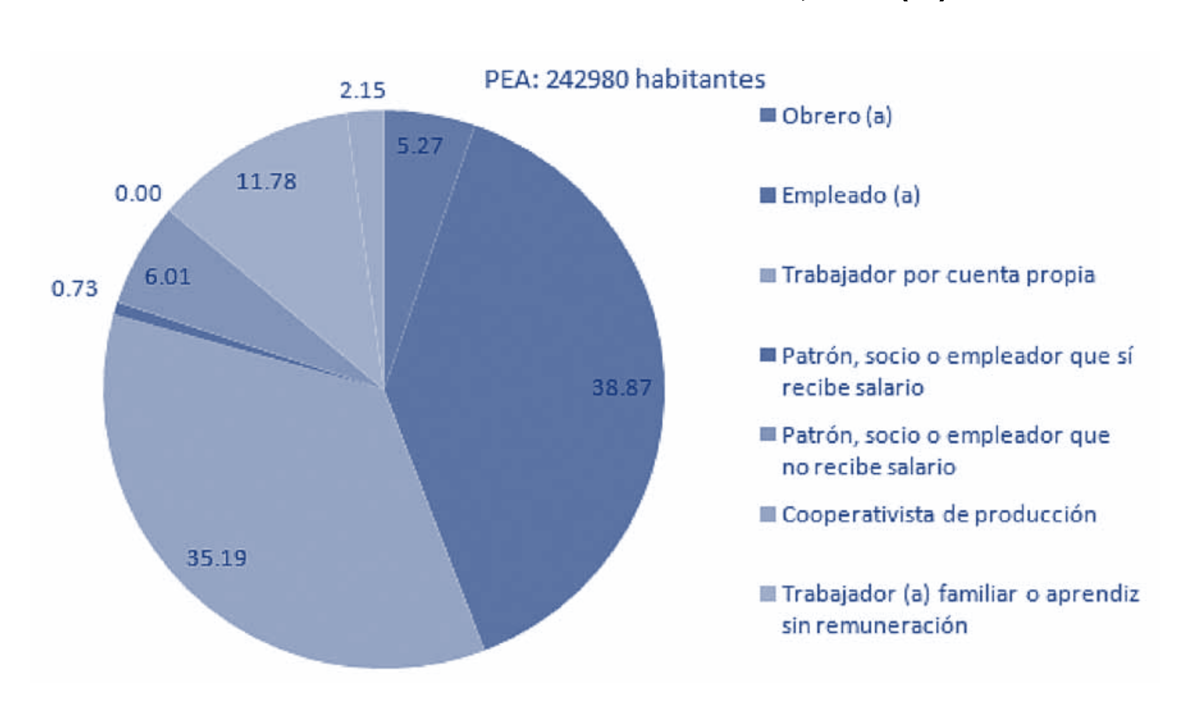
Fuente: INE, Anuario Estadístico 2009.

34 Promedio entre 200 y 2007, según el INE (Anuario Estadístico 2009).

En la misma dirección, el 90% del empleo se puede agrupar en cinco categorías: comercio (27%) y servicios relacionados, manufacturas (23%), servicios profesionales (11%), operarios de maquinarias (9%) y empleo no calificado (9%). Estas cifras son similares a las observadas en el Censo de 2001, reflejando que la dinámica económica de la ciudad no ha cambiado en la década pasada y está estrechamente ligada a su posición geográfica que integra mercados de la región y el país, tanto como proveedor (manufacturas) como centro logístico.

Gráfica 15

ESTRUCTURA DEL EMPLEO COCHABAMBA CIUDAD SEGÚN CATEGORÍA OCUPACIONAL, 2009 (%)



Fuente: INE.

Una mirada más cercana a la estructura del empleo en Cochabamba muestra que la mayor parte de los trabajadores dependen de ser empleados o actuar por cuenta propia, mientras que una porción muy reducida son empleadores. Esta situación, como se vio en la anterior sección, implica que los ingresos que reciben los trabajadores son menores.

Por otra parte, vale la pena analizar que el desempleo en la ciudad. Cochabamba presentaba a 2009 una de las tasas más altas de desocupación del país. Similar a la de La Paz, menor que Sucre, Potosí, Oruro (11%) y mayor que en Santa Cruz, Trinidad y Pando.

Varios aspectos sobre la situación laboral en la ciudad de Cochabamba pueden rescatarse de la Tabla 2. En primer lugar es claro que el riesgo laboral de quedar en paro es mayor

cuando uno es empleado, siendo la tasa de desocupación casi cinco veces mayor entre los dependientes que entre aquellos que poseen una empresa o trabajan por cuenta propia. La Encuesta Trimestral de Empleo para 2009 que señala que el 68,3% de los desocupados en la ciudad de Cochabamba trabajaron como empleados en un último trabajo, especialmente en actividades de servicios personales y domésticos. Se suma esta situación de precariedad a la notoria diferencia en ingresos entre estos mismos grupos que se observa a nivel nacional y que seguramente es igual en Cochabamba. Esto debe constituir un claro incentivo a buscar la actividad propia entre quienes deseen retornar a Bolivia.

Tabla 2

TASAS DE DESOCUPACIÓN* POR DISTINTAS CATEGORÍAS EN LA CIUDAD DE COCHABAMBA, 2009

Por ocupación		Por rango de edad		Por nivel de educación	
Obrero	12.5%	10-17	0.8%	Primaria	5.6%
Empleados	13.3%	18-25	39.0%	Secundaria	7.9%
Trabajador por cuenta propia	3.6%	26-33	11.2%	Superior	10.3%
Empleador que si recibe salario	4.1%	34-41	4.6%	Postgrado	7.7%
Empleador que no recibe dinero	1.8%	42-49	3.8%	Especial	12.8%
Cooperativista de producción	n.d.	50-57	2.6%	Ninguno	2.9%
Familiar o aprendiz sin remuneración	1.6%	58-65	2.8%		
Empelado (a) del hogar	14.9%	>66	2.0%		

* Medida como la Población Desocupada dividida entre la PEA.

Fuente: Elaboración propia con información del INE.

La segunda implicación importante es que el colectivo de jóvenes menores de 33 años, y de entre 18 y 25 en particular, se encuentran en una situación claramente difícil. El desempleo es altísimo para este grupo y quizás sea explicado a la manera tradicional: tienen menos experiencia aunque pueden estar mejor formados; esto suena plausible si se considera que el desempleo disminuye a medida que aumenta la edad (o aumenta la experiencia). De cualquier manera, es conveniente resaltar que Bolivia podría llegar a perder el bono demográfico con el que contamos si no se busca revertir esta situación en el mediano plazo.

Asimismo, al parecer los datos sugieren que no existe un bono a la formación profesional, al ser evidente que no necesariamente los grupos con mayor especialización tienen menores tasas de desocupación. Detrás de este hecho podría estar la misma estructura económica del departamento altamente concentrada en actividades de comercio y manufactura, que no necesariamente requiere de profesionales con niveles de educación avanzados para

funcionar. Precisamente en la manufactura es donde mayores oportunidades para trabajadores capacitados debería haber, por lo que es probable que las carreras ingenieriles se encuentren en mejor condición respecto a las sociales, pero esto es sólo una hipótesis ante la falta de información para corroborarla.

1.2.5 Ingresos y gastos

En cuanto a los ingresos por la principal actividad a nivel Bolivia, en 2007 el promedio nacional de ingresos fue de 1.057 Bs. El sesgo es importante hacia aquellas actividades vinculadas con la administración y posesión de un negocio o empresa. En promedio, un empleador llega a percibir 2,5 veces más que un empleado y hasta cinco veces más que un obrero.

El crecimiento de los ingresos reales entre 2000 y 2007 ha sido pequeño aunque se aprecia que nuevamente a quienes les va mejor es a los empleadores, cuyos ingresos crecieron a un ritmo anual de 18%. Sería por demás interesante analizar cómo aumentaron los ingresos de los empresarios según el tamaño del negocio y el sector donde funcione. Lamentablemente esta información no está disponible.

Tabla 3

INGRESOS NOMINALES Y CRECIMIENTO EN BOLIVIA POR CATEGORÍA DE EMPLEO, 2000 Y 2007

	Bolivia 2007	Bolivia Urbana 2007	Bolivia 2000	Bolivia Urbana 2000	Crecimiento real de los ingresos*(%)	Crecimiento anual real de los ingresos*
					Urbano	Urbano
TOTAL	**1057.3**	**1470.5**	**685.8**	**1052.6**	**17.25%**	**2.46%**
Obrero (a)	1118.5	1231.4	774.1	806.5	24.41%	3.49%
Empleado (a)	1946.4	2017.4	1621.6	1694.3	16.28%	2.33%
Trabajador (a) por cuenta propia	858.0	970.5	534.7	743.6	3.20%	0.46%
Empleador que sí recibe remuneración	5945.3	5945.3	2725.4	2889.7	126.15%	18.02%
Empleador que no recibe remuneración	2755.5	2743.2	1971.4	2199.2	20.97%	3.00%
Cooperativista de producción	2962.5	3808.1	839.0	941.5	149.33%	21.33%
Trabajador (a) familiar sin remuneración	0.0	0.0	0.0	0.0		0.00%

* Considera la tasa de inflación anual para calcular los salarios reales.

Fuente: INE y elaboración propia.

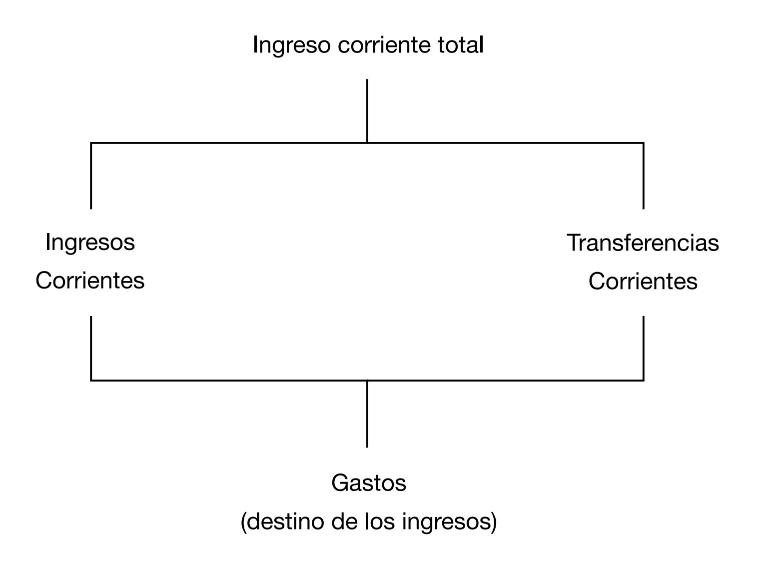
Lo que sí es posible decir es que los sectores más dinámicos fueron los que menos empleo generan: intermediación financiera y extracción de recursos (8,9% y 11,6% anual); a pesar de

esto, los ingresos del sector agrícola, el más intensivo en mano de obra, crecieron a una media anual del 9%. Asimismo, las empresas familiares son las que peor desempeño tuvieron en este período: el ingreso real apenas creció a un 0,8% anual; el de las empresas de mayor tamaño a 2,2% anual.

Utilizando información de la Encuesta de Hogares (EH) de 2007, es posible aproximar el gasto que realizan los hogares en Cochabamba en los rubros que nos interesan. Los indicadores descritos están construidos a nivel municipal ya que el diseño de la muestra de estas encuestas no permite desagregar la información a nivel distrital. De cualquier manera, son las EH las que mejor referencia pueden dar sobre la distribución y montos de los gastos.

El Gráfico 16 describe el flujo de ingresos y gastos de los hogares. En la construcción del ingreso se consideran los percibidos por los hogares por la actividad laboral, en dinero y especie (alimentación, transporte, etc.), los ingresos no laborales (rentas, alquileres, bonos, pasanakus[35] , etc.) y las transferencias que pueden recibir desde la administración pública. Los gastos monetarios son divididos por el INE entre alimentarios y no alimentarios. Dentro de los primeros, nos interesan los gastos realizados al interior del hogar; entre los no alimentarios, se considerarán las categorías de servicios de esparcimiento, artículos de distracción, vestimenta y calzados. Las categorías mencionadas incluyen una variedad amplia de bienes y servicios comprados por los hogares, pero las cifras obtenidas servirán de referencia para definir el tamaño del mercado en cada uno de los rubros, que se consideran para los modelos de negocio de la siguiente sección.

Gráfico 16
FLUJO DE INGRESOS Y GASTOS DE UN HOGAR



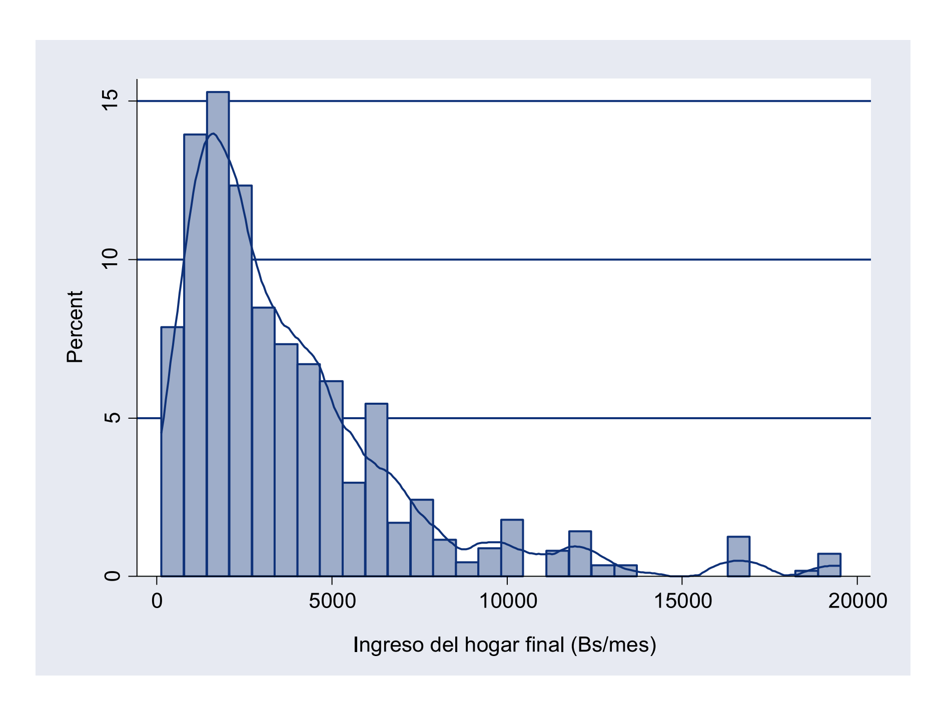
Fuente: INE (2004)

35 Asociación informal de ahorro y crédito rotatorio, que promueve el autofinanciamiento grupal. (http://www.finrural-bo.org/glosario2.asp?Letra=P)

De acuerdo a la Encuesta de Hogares de 2007, el ingreso mensual promedio de un hogar en la ciudad de Cochabamba es de 4.215 bolivianos mensuales y el ingreso mediano es de 2.760 bolivianos, reflejando la característica que comúnmente tiene esta variable de concentrar una fracción importante alrededor a la izquierda de este estadístico. El histograma de abajo expresa esta realidad. En contrapartida, se aprecia que el ingreso per cápita mensual mediano es de 600 Bs, mientras que la media se encuentra en los 924 Bs.

Gráfico 17

HISTOGRAMA DE LOS INGRESO EN COCHABAMBA, 2007



Fuente: INE - Encuesta de Hogares, 2007.

Por su parte los gastos en alimentación diarios por decil de ingreso se detallan en la Tabla 4. El primer hecho que resalta es que el gasto de los hogares en alimentación fuera del hogar es pequeño. El decil más rico apenas gastaría 19 bolivianos al día, mientras que la mediana alcanza 6,7 Bs día. La principal implicación de estos datos es que negocios basados en alimentación fuera del hogar deberían dirigirse hacia almuerzos y cenas de los segmentos con mayor ingreso o buscar maneras creativas de vender a la base de la pirámide. El tamaño del mercado de la comida fuera del hogar alcanzaría los 400 mil bolivianos diarios para toda la ciudad.

Tabla 4

GASTOS EN ALIMENTACIÓN FUERA DEL HOGAR POR TIPO DE COMIDA, COCHABAMBA (BS/DÍA)

Percentil	Alimentación	Desayunos	Almuerzo	Té	Cena	Pan (dentro del hogar)	Mercado potencial alimentos fuera
5%	0.8	0.1	0.3	0.1	0.3	1.0	32587.5
10%	1.0	0.1	0.3	0.2	0.3	2.0	41679.0
25%	3.1	0.3	1.2	0.7	1.0	2.0	149826.6
50%	6.7	0.7	3.3	1.0	1.7	3.0	352440.0
75%	8.3	1.3	5.0	1.7	0.3	4.7	565950.0
90%	19.3	2.7	9.3	2.3	5.0	6.0	1663719.8

Fuente: INE. Encuesta de Hogares, 2007.

Asimismo, el gasto de los hogares en panes y galletas, de acuerdo la EH, alcanzaría los tres bolivianos diarios por familia. Esto representa un mercado agregado para la ciudad de 1.200.000 bolivianos diarios, algo cercano a los 60 millones de dólares anuales para toda la ciudad de Cochabamba.

Otros gastos relevantes para los fines de este informe son los referidos a vestido, uniformes y entretenimiento. A pesar de que estas cifras incluyen muchos otros productos además de los que son relevantes para este estudio, el tamaño del gasto sirve como referencia de la disposición a pagar de los hogares por este tipo de bienes y servicios. Las cifras revelan que la población destina en promedio 25 bolivianos mensualmente en la adquisición de vestido y 30 bolivianos en entretenimiento; los gastos por uniformes anuales alcanzan a 50 bolivianos para el cuartil con mayor gasto.

Tabla 5

GASTO DE LOS HOGARES POR CATEGORÍA, COCHABAMBA (BS)

Percentil	Vestido	Uniformes (anual)	Servicios personales	Entretenimiento
5%	0	0	0	0
10%	0	0	0	0
25%	0	0	0	0
50%	25	0	0	0
75%	50	50	20	30
90%	200	110	50	70

Fuente: INE. Encuesta de Hogares, 2007.

Estas cifras permiten observar los requerimientos desde la demanda. Un análisis completo requeriría observar la estructura del mercado desde la oferta. Es posible que un mercado inicialmente atractivo por su dimensión deje de serlo por la elevada competencia al interior del segmento, la facilidad de entrada o la escasa posibilidad para diferenciar el producto. En la siguiente sección, se hace un análisis de propuestas de negocio considerando este aspecto.

Finalmente, línea de pobreza e indigencia para el departamento medida por el INE (a partir del Censo y ENH) se situó en 680 y 690 Bs para 2007 y 2008, respectivamente. La línea de indigencia se encuentra en 348 Bs. Es valioso anotar que el indicador preparado por el INE considera los precios de la canasta básica a 2009; la inflación esperada y el crecimiento de los ingresos modificarían estos valores. (A nivel nacional, las líneas de pobreza e indigencia para 2009 fueron estimadas en 424 y 242 Bs, respectivamente).

SEGUNDA PARTE

Población y procesos socioeconómicos en la periferia de Cochabamba

Una vez establecidas las tendencias del comportamiento macroeconómico, estamos en condiciones de analizar la situación particular del Distrito 8 de la ciudad de Cochabamba que es un sector que expulsa migrantes, pero que a la vez atrae o reúne remesas que estos envían a sus familiares.

2. Distrito 8

El Distrito 8 se encuentra en la zona sureste de la ciudad de Cochabamba, presenta una población de 30.858 habitantes, con una superficie de 201.62 km2, el distrito está organizado en 30 OTB (Organización Territorial de Base) y juntas vecinales, según los datos CEDIB/2007.

Entre algunas de las características de este distrito se encuentra la situación del empleo, según la investigación desarrollada por el CEDIB un 43,84% son obreros o empleados y solo el 39,03% de la población son trabajadores por cuenta propia, ahora bien de esta cantidad de personas tenemos en el siguiente cuadro que un 18,02% se dedican al trabajo en el rubro de la manufactura:

Tabla 6

POBLACIÓN OCUPADA POR ACTIVIDAD ECONÓMICA, DISTRITO 8 EN %

Distrito	Agricultura, ganad, caza y sivicultura.	Ind. manufact.	Construc.	Comercio	Hoteles y restaurant	Transporte y almacen, comunic.	Todos los demás rubros
Distrito 8	3.56%	18.02%	11.28%	28.08%	7.06%	8.74%	23.27%
Municipio	**5.56%**	**16.77%**	**9.12%**	**28.81%**	**7.36%**	**8.07%**	**24.31%**

Fuente: CEDIB, 2007.

MAPA 1 DISTRITO 8



Fuente: CEDIB, 2007.

2.1 Aspectos relevantes en cuanto a la creación de empresas

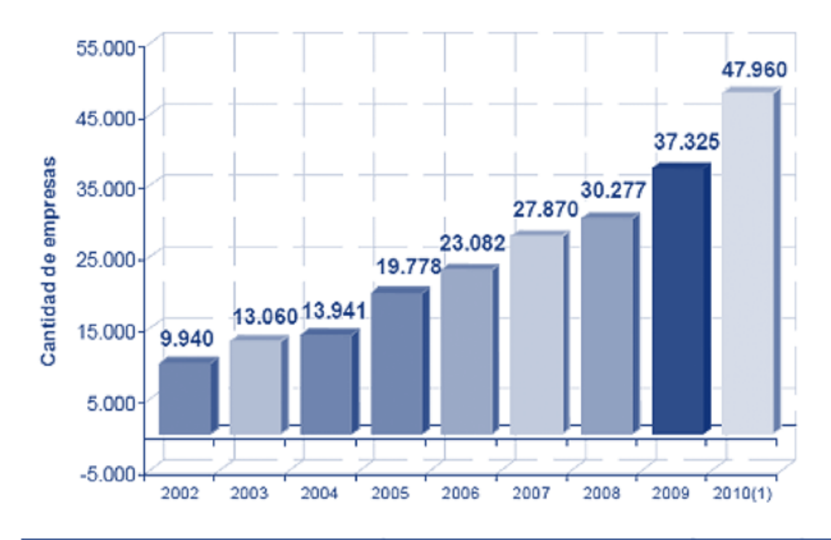
Con el contexto económico analizado, es pertinente describir algunos hechos relacionados con la presencia de un mar de nuevas empresas en el país, teniendo en cuenta que la creación de una se considera que sería la principal alternativa para aquellos que deseen retornar al país.

Un aspecto relevante de la nueva estructura del empleo en el país es la generación de empleo propio. El perfil del trabajador urbano boliviano es el del empleado por cuenta propia, en emprendimientos pequeños la mayor parte desde la informalidad muchas veces. En Bolivia, el 64% del empleo en 2009 se desarrolló en empresas familiares por el 15% que lo hizo en empresas de mayor número de empleados[36]. Fundempresa reportó que en 2010 la base empresarial en Bolivia creció en un 16% respecto al año anterior, alcanzando las 48 mil empresas (FUNDAEMPRESA, 2010). Sólo en Cochabamba existen 8 mil empresas, habiéndose creado más de 1.480 sólo entre julio de 2009 y julio de 2010. Casi dos tercios de este universo son empresas unipersonales.

36 A nivel urbano estos porcentajes cambian a 47% y 22% en familiares y empresas más grandes, respectivamente. De cualquier manera, la importancia prevalece.

Gráfico 18

BASE EMPRESARIAL POR TIPO DE SOCIEDAD EN BOLIVIA: 2002 – 2010



TIPO SOCIETARIO	2009 Julio	2010 Julio
Empresa Unipersonal	27.338	32.918
Sociedad de Responsabilidad Limitada	11.850	13.434
Sociedad Anónima	1.304	1.403
Sucursal de Sociedad Constituida en el Extranjero	164	170
Sociedad Colectiva	15	18
Sociedad Anónima Mixta	11	11
Sociedad en Comandita Simple	5	6
TOTAL	**40.687**	**47.960**

Fuente: FUNDAEMPRESA (2010).

Esta situación se explica por la gran dificultad para encontrar un empleo y que motiva a mucha gente a empezar negocios por necesidad. En este sentido, la precariedad del empleo y la dificultad para encontrar uno nuevo siguen siendo una realidad en Bolivia.

Quienes deciden empezar un emprendimiento se enfrentan con dificultades para conseguir el dinero suficiente para invertir o crecer. Los hogares en Bolivia tienden a crear empresas utilizando los activos del hogar como manera de reducir los costos de instalación y funcionamiento del negocio. De acuerdo con la EH MECOVI 2002, tan sólo una fracción menor al 20% de los negocios en Bolivia destina un lugar exclusivo para sus actividades; la utilización del domicilio (32%) y la utilización de puestos (31%) hacen el resto. Para Cochabamba, la proporción de hogares que utilizan su vivienda para el negocio alcanza casi el 40%, mientras que tan sólo el 14% destina un lugar exclusivo. Éste es tan sólo un dato que refleja esta situación.

Los beneficios pueden ser importantes para el emprendedor. Como se describió en secciones anteriores, los ingresos de quienes tienen posesión de un negocio o empresa son marcadamente superiores a los de un dependiente. En promedio, un empleador llegó en 2009 a percibir 2,5 veces más que un empleado y hasta cinco veces más que un obrero.

Un aspecto que se ha remarcado en varios estudios (Muriel y Jemio, 2010; Wanderley, 2009) es la baja productividad de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs). En el país las PYMES concentran a más del 85% del empleo, pero su aporte al PIB permanece altamente limitado.

A lo largo del documento se ha remarcado que los eslabonamientos de los sectores más dinámicos de nuestra economía con los de mayor empleo. Es evidente la imperiosa necesidad de aumentar la productividad de estas empresas para que los beneficios del crecimiento económico puedan ser apropiados por la propia población. Los mecanismos para lograrlo pasan por muchas etapas: acceso a tecnología, créditos, mejora en las relaciones entre productores para crear clusters, innovación y diferenciación de los productos, etc.

Sin embargo, muchos de estos aspectos van más allá de las posibilidades del ciudadano boliviano que desea retornar al país; casi todos tienen la posibilidad de traer ideas y conocimientos para crear nuevas empresas. Se debe buscar la manera de transferir el conocimiento adquirido por los migrantes en el extranjero y la posibilidad de replicar éste con fines comerciales en el país.

Nadie mejor que las propias personas para encontrar estas oportunidades. En la siguiente sección, se presentan un par de propuestas en unos cuantos sectores que podrían ser rentables a manera de referencia, pero es indispensable transmitirle a esta población la importancia de traer modelos de negocio y conocimientos innovadores a partir de su experiencia en el extranjero que permitan iniciar emprendimientos que vayan más allá de cubrir una necesidad y les den la oportunidad de constituirse en un negocios exitosos.

En este sentido es importante mencionar que la formalización de una empresa es una oportunidad para acceder a créditos como estrategia para apalancar recursos y lograr mayores economías de escala o emprendimientos de mayor magnitud. En particular, los microcréditos constituyen una alternativa válida para este fin a pesar de ofrecer préstamos con las tasas más altas del mercado; en contrapartida los requisitos son significativamente menores a los que demanda la banca comercial tradicional, sobre todo en cuanto a la formalidad legal de la empresa y las garantías colaterales. Dada la relevancia de estos hechos, es conveniente repasar los aspectos más generales de la formalización de una empresa.

2.2 Oportunidades de inversión y empleo propuestas para la creación de empresas

Como se vio, existen patrones demográficos en Cochabamba que ofrecen oportunidades para nuevos emprendimientos. Hay recursos importantes circulando en el sistema financiero para ser canalizados en inversiones productivas y habrá crecientes oportunidades a través de microfinancieras. Hay un contexto macroeconómico favorable en el mediano plazo que fomentará la inversión pública y el consumo de los hogares. En Cochabamba hay fuerte dinamismo del sector construcción y el comercio.

Es necesario, sin embargo, buscar alternativas de inversión que sean lo suficientemente innovadoras para permitir el crecimiento y mejorar la productividad, de manera que se creen empresa con potencial, no sólo para sobrevivir.

La necesidad de contar con puntos de vista desde los interesados se hace fundamental. Como parte de un siguiente paso en la investigación sería sin duda valioso investigar desde otro enfoque las necesidades y perspectivas de los migrantes en España. ¿Qué oportunidades creen tener y en qué piensan invertir los ahorros que han conseguido en los años de trabajo?

Con un plan de negocio bien estructurado y el manejo adecuado de la administración es posible pensar en hacer del negocio rentable.

Tenemos que la economía boliviana tuvo un desempeño importante el 2008 cuando llegó a alcanzar una tasa de crecimiento del PIB de 6,15%, según datos del INE y UDAPRO. Dentro de las contribuciones del PIB se tiene que el sector industrial tuvo un crecimiento del 3,66 %. A continuación en la Tabla 7 se muestra el comportamiento del PIB en la industria boliviana.

Tabla 7

CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA BOLIVIANA, 1990 -2008
(En miles de Bs de 1990 y porcentaje)

AÑOS	PIB: Precios de Mercado	Crecimiento PIB	Industria Manufacturera	Crecimiento Industria Manufacturera	Participación de la Industria Manufacturera en el PIB
1990	15.443.136		2.619.623		16,96
1991	16.256.453	5,27	2.745.888	4,82	16,89
1992	16.524.115	1,65	2.748.031	0,08	16,63
1993	17.229.578	4,27	2.860.153	4,08	16,60
1994	18.033.729	4,67	3.014.947	5,41	16,72
1995	18.877.396	4,68	3.219.775	6,79	17,06
1996	19.700.704	4,36	3.376.399	4,86	17,14
1997	20.676.718	4,95	3.444.617	2,02	16,66
1998	21.716.623	5,03	3.530.213	2,48	16,26
1999	21.809.329	0,43	3.633.489	2,93	16,66
2000	22.356.265	2,51	3.698.532	1,79	16,54
2001	22.732.700	1,68	3.797.922	2,69	16,71
2002	23.297.736	2,49	3.807.441	0,25	16,34
2003	23.929.417	2,71	3.952.364	3,81	16,52
2004	24.928.062	4,17	4.172.930	5,58	16,74
2005(p)	26.030.240	4,42	4.298.295	3,00	16,51
2006(p)	27.278.913	4,80	4.646.134	8,09	17,03
2007(p)	28.524.027	4,56	4.929.111	6,09	17,28
2008(p)	30.277.826	6,15	5.109.524	3,66	16,88

Fuente: INE, UDAPRO.

Gráfico 19

PARTICIPACIÓN DE LAS RAMAS DE ACTIVIDAD AL PIB, Año 2008 (En %)

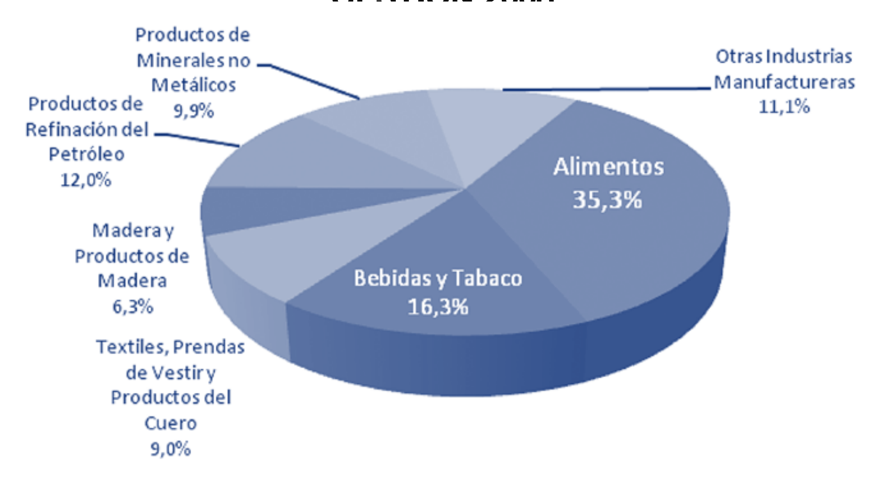


Fuente: INE, UDAPRO.

Sin duda, uno de los aportes mayoritarios al PIB es la industria de la manufactura, puesto que la misma significa la transformación de materias primas en productos terminados, los rubros que la representan son los siguientes: Alimentos, bebidas y tabaco, textiles, prendas de vestir, productos de madera, refinación de petróleo, productos minerales y otros más.

Gráfico 20

PARTICIPACIÓN DE LOS RUBROS EN LA INDUSTRIA DE LA MANUFACTURA GESTIÓN 2008



Fuente: INE, UDAPRO.

Por tanto, el análisis de mercado, permitió establecer los siguientes campos dentro de la industria manufacturera como posibles inversiones para migrantes, que estarían relacionados

a los alimentos (la elaboración de pan y pasteles), una empresa de atención de eventos sociales y dentro de la rama de textiles, una empresa de confección de prendas de vestir.

Conclusiones

El escenario económico global marca la diferencia entre países emergentes y desarrollados, constituyéndose los primeros en los nuevos motores del crecimiento mundial. En este contexto, la perspectiva de la economía española es poco alentadora, especialmente para los trabajadores migrantes.

En cambio, la perspectiva de corto a mediano plazo de la economía boliviana es alentadora. Los altos precios de las exportaciones tradicionales (hidrocarburos y minerales, sobre todo) y las buenas perspectivas de crecimiento de nuestros principales socios comerciales, hacen pensar que el dinamismo observado en los últimos cinco años se mantendrá. Esto traerá como consecuencia el incremento de la inversión pública, que se ha dirigido a los sectores de infraestructura y servicios básicos. En contrapartida, la inversión privada se ha estancado a pesar de los más de 3 mil millones de dólares de liquidez que existe en el sistema financiero; la mayor parte de la inversión privada se ha dirigido hacia los sectores inmobiliario y comercial. Asimismo, resalta que la mayor parte del empleo se concentra en los sectores con menor dinamismo de la economía. A pesar de ello, surgen problemas en la perspectiva de largo plazo: la inflación, la creciente deuda interna y el crecimiento concentrado en pocos sectores son los más importantes.

En cuanto a la economía cochabambina, se aprecia que ésta no ha tenido el mismo dinamismo que la nacional al estar menos sustentada en la exportación de materias primas. A pesar de ello, la economía regional está orientada a la satisfacción del mercado local al estar geográficamente ubicada en el centro del país. La inversión privada estuvo también concentrada en los sectores inmobiliarios y de comercio.

Existen, asimismo, patrones demográficos que ofrecen oportunidades para nuevos emprendimientos. Hay recursos importantes circulando en el sistema financiero para ser canalizados en inversiones productivas y habrá crecientes oportunidades a través de micro financieras.

Es necesario, sin embargo, buscar alternativas de inversión que sean lo suficientemente innovadoras para permitir el crecimiento y mejorar la productividad, de manera que se creen empresa con potencial, no sólo para sobrevivir.

La necesidad de contar con puntos de vista de los interesados se hace fundamental. Como parte de un siguiente paso en la investigación sería sin duda valioso investigar desde otro enfoque las necesidades y perspectivas de los migrantes en España. Con un plan de negocio

medianamente bien estructurado y el manejo adecuado de la administración es posible pensar en hacer el negocio sostenible y rentable con un apoyo que acompañe y asesore para su consolidación.

PROPUESTA DE 3 NEGOCIOS




RUBRO DE JEANS

CONFECCIÓN DE JEANS

El objetivo de este acápite es presentar una propuesta de inversión en el rubro de la confección de jeans. Para facilitar su decisión, se realizó una exploración del mercado, se describieron las condiciones técnicas para la producción y se proponen programas de comercialización, se estima el monto de inversión y finalmente se analiza la rentabilidad del proyecto.

1. Resumen ejecutivo

El objetivo de este acápite es presentar al potencial inversor, una opción de trabajo en el rubro de la confección de jeans. Para ello, se realizó una exploración del mercado, describiendo las condiciones técnicas para la producción, una estimación del monto de inversión y finalmente se analizó la rentabilidad del proyecto. Para ello, con el fin de recrear una posible situación, creamos la empresa "Pretty Woman".

La confección de prendas de vestir tiene una gama amplia, en lo que se refiere al tipo de material que se utiliza; el presente trabajo se abocará exclusivamente a la confección con tela de jeans. Por ello, la empresa "Pretty Woman" trabajará este tipo de producción, la misma desarrollará la industria en la ciudad de Cochabamba, para un segmento específico de clientes como es el sector femenino, potenciando y poniendo énfasis en los mercados tanto locales, como nacionales, sin embargo, se estima que para un futuro próximo pueda enfocarse a la venta en mercados internacionales.

El producto que ofrecerá la empresa tendrá garantía de calidad, pues el control del mismo se realizará desde la adquisición de materias primas, al buscar los mejores proveedores garantizamos que la tela provenga de un buen origen, y así el acabado del jean tenga buena presentación y sea resistente. Por lo mismo, el control en la confección es fundamental, pues las costuras deben estar reforzadas y tener armonía con el modelo trabajado; de igual manera, la etiqueta de la marca y las etiquetas de instrucciones como la talla, las indicaciones de lavado y planchado serán visibles, y su presentación tendrá un acabado fino.

A pesar de los problemas que se presentan por tener un capital limitado para las inversiones, baja experiencia en el rubro y manejo financiero, se potenciará a la empresa con un asesoramiento basado en el presente trabajo. La competencia desleal, la

fluctuación de los precios en materias primas y la falta de incentivos a las microempresas en Bolivia son algunas de las amenazas al sector, sin embargo, se puede contrarrestarlas por medio de una política de previsiones de la empresa. Esto significa consolidar una cartera de proveedores que a la vez sean los mismos importadores de la materia prima, para tener costos relativamente bajos y así ser competitivos, y en un futuro, cuando el mercado requiera mayor producción, ampliar posibles alianzas estratégicas con otras microempresas.

En "Pretty Woman" no sólo cuenta la calidad al ofrecer el producto, sino lo que prevalece es el recurso humano, pues sin él el trabajo no sería posible, por lo cual es primordial que se trabaje bajo normas de seguridad básicas y necesarias, así también se considere el salario como justa retribución a su esfuerzo.

Se considera que la inversión es un aspecto importante; de esta manera, al montar la empresa se comenzará con una maquinaria mínima para el desarrollo del trabajo; de igual manera, se preverá que en el curso del tercer año la empresa obtenga toda la formalización respectiva según normativas del Estado boliviano, esto significará que el mercado y las ventas irán creciendo gradualmente para asegurar el establecimiento de la empresa.

Es necesario tener como base de inversión de 12.624 $us para maquinarias, muebles y enseres e instalaciones básicas, para la compra de materia prima de inicio es necesario contar con 3.125,65 $us y elaborar 450 unidades de prendas aproximadas por mes, es decir, que durante el primer año se tiene previsto elaborar un total de 4.387 prendas.

2. Naturaleza de la idea del negocio

2.1 Antecedentes y justificación

Los pantalones jeans en su origen fueron usados más para trabajos fuertes como es el caso de los agricultores y obreros, esto por su resistencia y durabilidad con el tiempo los mismos se fueron estilizando y abriendo más mercados, tanto que en los años 60 se convirtieron en una moda por la mayoría de los jóvenes.

Actualmente, este producto sigue siendo de mucha demanda en los mercados, ahora ya se encuentran no sólo pantalones, sino chamarras, camisas, vestidos, faldas y una variedad de productos desarrollados a partir de la tela de jean.

Considerando que dentro de las necesidades básicas del ser humano una de las primordiales es la vestimenta, es que se ve por conveniente promover un negocio dedicado a la confección de prendas de vestir. Además de ser el rubro de la manufactura uno de los ejes de crecimiento dentro de los negocios en Bolivia, la misma tiene un carácter más industrial que artesanal, por lo que es primordial trabajar con maquinaria.

La producción de prendas de vestir ha crecido en los últimos años no sólo porque la población mundial ha incrementando, sino que es usual que el sector juvenil cambie frecuentemente sus gustos lo que determina la moda, debido a lo que el consumo es mayor. El hecho es tan evidente que también han ido creciendo la cantidad de empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir, como es el caso de los países que buscan mayor cantidad de mano de obra para estas empresas. La ventaja en Bolivia y específicamente Cochabamba es que el costo de mano de obra calificada es barato, por lo que instalar una empresa resulta más económico, ya que el precio de la prenda es menor en comparación con otros países, a pesar de tener que importar las materias primas. Sin embargo, cabe mencionar que en los últimos años este rubro ha generado mayor cantidad de empleos a nivel nacional.

Es evidente que para satisfacer los requerimientos de estandares de los clientes en cuanto a calidad, se debe cuidar desde el aprovisionamiento de materia prima hasta el último paso de la producción, sin descuidar los temas relacionados al medio ambiente y las condiciones básicas laborales.

Es importante cuidar el patronaje (diseño) y corte que deben ser minuciosamente trabajados y precisos. De esta manera, no sólo se aprovecha mejor la materia prima, sino que los costos en los que se incurren son menores, desarrollando una ventaja competitiva de precios, pues a menor inversión en los costos se eleva la rentabilidad o en todo caso baja el precio para ser más competitivo.

Dado que en Bolivia y Cochabamba existe un número importante de empresas confeccionistas, para competir es necesario invertir en tecnología, capacitar permanentemente al personal y desarrollar nuevos productos con innovaciones para ofrecer al mercado.

2.2 Características

2.2.1 Nombre del producto

El nombre comercial del producto es "Pretty Woman", se realizará la confección de prendas de vestir en tela jean, que es un tipo de tejido hecho con algodón bastante resistente llamado mezclilla o *denim*. La tela sirve como base para la confección de diferentes prendas de vestir para toda edad, género, gusto y preferencia.

2.2.2 Sector al que pertenece el producto

El producto pertenece al rubro de la confección manufacturera textil en tela jean, para la elaboración de prendas de vestir tanto para hombres, mujeres y niños; como ser pantalones, chamarras, shorts, vestidos, etc.

a) Faldas, vestidos
b) Pantalón de dama (clásicos y juveniles)
c) Pantalón de varón (clásicos y juveniles)
d) Conjunto de niños (as)
e) Chamarra de dama (clásicos y juveniles)
f) Chamarra de varón (clásicos y juveniles)
g) Gorras unisex, en diferentes tamaños



2.3 Insumos

La materia prima para la confección de cualquiera de las prendas consta de los siguientes componentes:

- Tela de jean
- Tela de tocuyo
- Hilos, botones y cierres

Su origen puede ser chino o brasilero.

Los procesos que se siguen para finalizar la elaboración de la prenda son los que siguen:

- Servicio de prelavado para los detalles de tonalidades o en algún caso modelos.
- Servicio de bordado para la confección de logotipos de la empresa y/o figuras de diversos diseños de acuerdo al producto.
- Dependiendo del modelo en algunos casos se incrementarán detalles de broches u otros objetos que sirven de ornamento en los diseños de las prendas.
- Colocado de etiquetas de información o de logotipo impresas de cuero o tela, adhesivos impresos y bolsas plásticas para el empaque.

2.4 Descripción del negocio

Misión

Confeccionar y vender prendas de vestir empleando mano de obra local para ofrecer al cliente un producto de calidad, de esta manera ser competitivo mediante la innovación en modelos y estar a la vanguardia del mercado, no sólo nacional sino también internacional.

Visión

Ser una empresa reconocida y competitiva, capaz de satisfacer al mercado local y nacional con la visión de expandirse con exportaciones a los países vecinos.

Objetivo general

Emprender una empresa de confección dentro la industria boliviana con sede en la ciudad de Cochabamba, para la producción de prendas de vestir para damas en el ámbito local, nacional y fomentar las exportaciones, con el fin de obtener mayores utilidades, incentivar el crecimiento y focalizar mercados por medio de procesos adecuados y el personal capacitado.

Objetivos específicos

- Estandarizar la calidad dentro los procesos productivos de la empresa.
- Fortalecer la producción mediante los canales de adquisición de materia prima para la generación de economías de escala y la relación con proveedores.
- Fortalecer los elementos administrativos de la organización interna como recursos humanos y el manejo contable.
- Fortalecer las ventas conociendo a los clientes y abriendo nuevos mercados a nivel local, nacional e internacional.

2.5 Producto y mercado

El rubro de manufacturas presenta una amplia gama de variedades en cuanto a productos, ya que dentro de esta categoría se encuentra cualquier materia prima que tiene un proceso de transformación en productos elaborados; por tanto, dentro de ella se halla la fabricación de materiales químicos, electrónicos, de construcción, alimentos, bebidas, textiles y otros más. Entre los textiles también existe una gran variedad de productos como la hilandería, tejeduría y la confección, en de este último la confección en diferentes tipos de telas.

En el presente trabajo, se describe la confección de prendas de vestir en tela de jean, ofreciendo al público femenino una gama de pantalones jeans con diseños modernos, además de contar con una diversidad de modelos, colores y tallas. La empresa al encontrarse comprometida con el cliente de ofrecerle un producto, no escatimará esfuerzos en dar la mejor atención al momento de la venta y comercialización.

Los productos que ofrece la empresa tienen garantía de calidad desde el aprovisionamiento de materias primas, pues el contacto con los proveedores y/o importadores es el más directo; por tanto, garantiza que los insumos son de buena calidad; sí como la confección, pues el detalle de las costuras es minucioso, y en los sectores donde el desgaste de la prenda es mayor presentará refuerzo. El terminado en su conjunto armoniza perfectamente con el modelo de la prenda.

El estilo de los pantalones no tiene grandes cambios en su apariencia; sin embargo, en el caso de las prendas para las mujeres van cambiando con la moda, a la que se van adecuando los diferentes estilos. Unos jeans pueden ser más cortos otros más largos, otros anchos o inclusive más ajustados, etc. Lo cual supone que se aplican nuevas técnicas en el acabado.

A continuación se presentan algunos de los estilos más trabajados en pantalones jeans:

MODELOS BÁSICOS DE JEANS

Pantalón ceñido	Pantalón recto	Pantalón bota	Pantalón bota ancha	Pantalón ancho
Abertura de la pierna: 10- 14 pulgadas en la circunferencia	Abertura de la pierna: 14-17 pulgadas en la circunferencia	Abertura de la pierna: 17-20 pulgadas en la circunferencia	Abertura de la pierna: 20-23 pulgadas en la circunferencia	Abertura de la pierna:22 pulgadas o más en la circunferencia

Fuente: IBCE

Pueden tomarse como sustitutos de estos productos no solo las prendas de vestir trabajadas en otros materiales como tela polar o algodón para la confección de ropa deportiva, o la confección de pantalones de tela; pero consideramos como una de las mayores competencias y la más desleal, la ropa usada que ingresa al país de contrabando.

Según el presidente del Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE), el contrabando de esta ropa mueve millones de dólares en Bolivia, no paga impuestos, perjudica a los mercados, provoca una disminución considerable de las fuentes de empleo. Pues al ingresar por esta vía el precio es muchísimo menor al de una prenda nueva y confeccionada en el país, lo que repercute en los ingresos de las empresas nacionales. Por una suerte de cadena, al tener menores ingresos las empresas van reduciendo personal o en casos peores se llega al cierre de las mismas.

2.6 Localización geográfica

Para la localización, se define la zona de Valle Hermoso Central, pues al ser el domicilio particular del propietario, se aprovecha el espacio requerido de la vivienda para implementar el negocio; cuenta con servicios básicos como electricidad, red telefónica, transporte público. Por el momento, el servicio de agua es dotado por la distribución de cisterna.

Para el desarrollo de la empresa la infraestructura requiere de un ambiente con un espacio mínimo de seis por ocho m^2, donde se tendrán los siguientes espacios de trabajo:

- Pequeño almacén de materias primas
- Espacio para el diseño y patronaje
- Espacio para el trazado, enmarcado y corte de la tela
- Módulos pequeños para el taller de producción y ensamblado, donde ingresarán las maquinarias de costura
- Pequeño almacén para la entrega de productos semi terminados
- Pequeño espacio para el control de calidad final y el preparado de empaque
- Almacén de productos terminados

Todos estos espacios contarán con las normas de seguridad mínima para los empleados.

2.7 Análisis del entorno

Debilidades

- Capital limitado para realizar nuevas inversiones
- Poca experiencia en el rubro
- Manejo deficiente del control financiero
- Trabajo inexistente de calidad de imagen empresarial
- Desconocimiento de los estándares de calidad de exportación

Amenazas

- Costos elevados y monopolización de la venta de maquinaria para la tecnificación de las prendas de vestir
- Otras empresas en el mercado
- Competencia desleal por el contrabando de ropa usada
- Consumidores poco conscientes de la calidad del producto
- Inestabilidad política y económica del país
- Fluctuación del precio de la materia prima para la elaboración de productos
- Falta de incentivos gubernamentales a la inversión de microempresas manufactureras
- Mayores exigencias en la calidad y precios por el mercado internacional
- Rotación alta del personal

Fortalezas

- Mano de obra calificada con bajo costo
- Disponibilidad tecnológica
- Empresa nacional con ideas emprendedoras e innovadoras
- Existencia de una cultura organizacional con énfasis en el recurso humano y respeto a normativas legales

Oportunidades

- Condiciones laborales adecuadas
- Acceso a financiamiento
- Incremento de la demanda nacional
- Disponibilidad de información sobre mercados y competencia
- Existencia de infraestructura para el desarrollo empresarial

3. Análisis de mercado

3.1 Análisis de la competencia

3.1.1 Identificación de la competencia

Hoy en día hay bastante competencia dentro del rubro de manufactura. Existen varios talleres formales e informales que trabajan en este ámbito. Se puede ver el crecimiento de la competencia en La Paz, El Alto y Cochabamba en la zona sur, concretamente en Villa Pagador. A continuación, a modo de ejemplo se presentan algunas de las empresas más reconocidas en Bolivia que trabajan en este ámbito:

EMPRESAS REGISTRADAS A NIVEL NACIONAL EN EL RUBRO DE LA MANUFACTURA TEXTIL

EMPRESA	TIPO DE CONFECCIÓN
FORMATO	Empresa de todo tipo de confección
ANDINOS ASOCIADOS S.R.L.	Confección y comercialización de prendas de vestir
COMPAÑÍA DE CONFECCIONES Y TEJIDOS "BOSTON CLASSIC" S.R.L.	Prestación de confección y tejido de prendas de vestir, en general
EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JEANS PATRIC S.R.L.	Servicios de diseño, confección, elaboración, venta y otros de ropa.
AMÉRICA TEXTIL S.A. AMETEX	Industrial textil exportación de prendas de algodón

Fuente: FUNDEMPRESA, Cámara Departamental de Industria de Cochabamba.

De igual manera, en Cochabamba existen varias empresas que se dedican a la confección de prendas de vestir; entre ellas sólo algunas se encuentran registradas formalmente, mientras que a otras les falta regularizar la documentación. Entre ellas tenemos:

EMPRESA EN MERCADO DE PRENDAS DE VESTIR EN COCHABAMBA

EMPRESA	CANTIDADES MENSUALES DE PRODUCCIÓN APROX.	MERCADO OBJETIVO
BRENNER JEANS	75.000	Juveniles e infantiles
ALFACH´S JEANS	72.000	Infantiles
TRAYLER JEANS	70.000	Damas
ROMAN´S JEANS	68.000	Varones y damas
GUIVER´S JEANS	65.000	Varones y damas
OTROS CONFECC.	55.000	Promedio

Fuente: Elaboración propia con base en encuestas a confeccionistas.

De igual manera, se tiene otro tipo de competencia que no necesariamente es directa, pues el producto básico son las prendas de vestir; por lo tanto, el cliente puede escoger, entre un pantalón de vestir, un deportivo o uno de jean, así como escoger una falda, vestido o cualquier tipo de prenda que le sirva de vestimenta básica.

Entre estas empresas, se detallan algunas nacionales a continuación:

EMPRESA
MACUTEX SRL MANUFACTURA CUERO Y TEXTIL S.R.L.
MANUFACTURA TEXTIL F & Z
MANUFACTURA TEXTILES JADUE S.R.L.
MANUFACTURAS TEXTILES FORNO S.A.
TEXTILES PUNTO BLANCO S.A.
ICOTEX INDUSTRIAL DE CONFECCIONES TEXTILES
TEXTILES "NOVA" S.R.L.

Fuente: FUNDEMPRESA.

De igual manera, hay otras empresas que importan prendas de vestir de países como Norte América, Europa o inclusive ropa más peculiar como las de origen indú. Del volumen de estos ingresos no se tiene un registro concreto, puesto que muchas de ellas son traídas d contrabando en pequeñas cantidades por medio de propietarios de tiendas comerciales.

3.2 Plan de marketing

La empresa “Pretty Woman” produce prendas de vestir en tela de jean para damas, tiene una gama de modelos, desde pantalones clásicos hasta los modernos, en diversidad tallas y colores para la elección a gusto del cliente.

Estrategia de producto

- Contar con dos proveedores de materia prima para asegurar la producción.
-

De acuerdo a la información recogida de un grupo de confeccionistas en Cochabamba, los proveedores de la materia prima son los que pueden retrasar todo el proceso de producción, pues muchas veces los conflictos de transporte o aduaneros retrasan la entrega; por lo tanto, para asegurar la producción se debe trabajar con al menos dos proveedores conocidos. De igual manera, se asegura la calidad del producto en cuanto a durabilidad y acabado al trabajar con materiales de procedencia brasilera y no así china.

- Lograr contrarrestar a los competidores ofreciendo productos en todas las variedades y tamaños

Es necesario tener una gama amplia de productos para ofrecerlos, así como también una determinada cantidad en stock.

- Realizar un inventario mensual de la salida de los productos, dependiendo la demanda de la temporada, garantizando así la disponibilidad de estos en todas sus variedades.

Mantener un estándar de etiquetado en los productos para la venta directa, como por medio de intermediarios, con esto se logra dar una imagen de seguridad y seriedad de la empresa, y de manera implícita posicionarse en la mente de los consumidores.

- Ofrecer al mercado una variedad de pantalones jeans, para diferentes gustos y edades.

Una vez conocida la necesidad y preferencia de los clientes, caracterizarse en ofrecer pantalones de tipo clásico, moderno, ceñido, recto, con bota ancha y otros más; para que el producto sea acorde a los gustos y medidas exigidos, se permitirá que la persona pueda probarse la prenda, para ver si ésta le convence y decide comprarla o no.

Tanto los empleados como los intermediarios estarán capacitados para mostrar las ventajas, del producto el tipo de material y las innovaciones en modelos; con esto se pretende que los compradores conozcan la calidad del porducto antes de adquirirlo , así se disminuye la brecha de incertidumbre en la calidad del producto y la empresa conozca las necesidades latentes que tienen los consumidores.

Estrategia de precio

- Se elaborará un descuento en los precios de los productos a todas las clientes, a partir de la compra de una cuarta docena de pantalones del mismo modelo.

Cantidad en productos	Descuento %
3 jeans para dama modelo clásico o juvenil	3%
6 jeans para dama modelo clásico o juvenil	5%
12 jeans para dama modelo clásico o juvenil	10%

Esto se realizará con el objetivo de atraer a nuevos y mayores clientes, además de mantener precios competitivos. Este descuento se informará al interesado previamente a su compra con un letrero de anuncio en la tienda.

Estrategia de plaza

- Se establecerá un punto de venta en el mercado La Paz, ubicado en la zona central de la ciudad, debido a que este lugar cuenta con la ventaja de que existen clientes que realizan las compras en días de feria (miércoles y sábado).

Se debe buscar un lugar adecuado dentro del mercado La Paz para la comercialización directa, de esta manera no sólo se facilitará la adquisición del producto, sino que el precio de venta será el mismo que se otorga a los intermediarios. Se constató que existe disponibilidad de alquilar un local comercial por un aproximado de 150 $us.

- Es importante que mientras la empresa recupere su inversión y la demanda se incremente, se realice una investigación de nuevas potencialidades de mercados para incursionar.

Se realizará esta estrategia con mayor impulso en las primeras gestiones, con el fin de expandir mercados y abarcar nuevos clientes, no sólo dentro de la ciudad de Cochabamba sino también abarcar el mercado del eje troncal.

Estrategia de promoción

- La empresa “Pretty Woman” trabajará el eslogan “La mujer bonita no necesita presentaciones y nuestra empresa no tiene imitaciones”.

La difusión de este eslogan se la realizará en el punto de venta, en almanaques, llaveros y será difundido en las etiquetas de presentación de los jeans, con el fin de reforzar la marca y potenciarla como producción nacional.

- Efectuar publicidad a través de almanaques de presentación de la empresa.

Se realizarán las impresiones de almanaques con la marca "Pretty Woman" y el eslogan ya mencionado, de esta manera se consigue estar presentes en la memoria del cliente.

- Regalar un llavero que incluya la marca de la empresa, agradeciendo la preferencia por la compra mayor a tres unidades.

La empresa tendrá llaveros con el logotipo, eslogan y teléfonos, los cuales se entregarán a todos los clientes que realicen una compra mayor a tres prendas, con el objeto de agradecer su preferencia, generar reconocimiento y presencia de marca, además para facilitar al cliente que tenga los datos de la empresa en el momento oportuno que requiera nuestros productos.

- Se realizarán promociones con menores precios por fechas especiales como el Día de la Madre y Día de la Mujer.

De esta manera, se garantizará mayores ventas en fechas donde existe más requerimiento. La oferta consiste en "Un día de ofertón…", donde sólo por esa fecha se realizará un doble descuento del normal, es decir, será mayor al establecido en fechas normales, esto significa:

Cantidad en productos	Descuento %
3 jeans para dama modelo clásico o juvenil	6%
6 jeans para dama modelo clásico o juvenil	10%
12 jeans para dama modelo clásico o juvenil	20%

3.3 Demanda

Para el rubro de manufactura en prendas de vestir la demanda es nacional, sin embargo, para el inicio de un emprendimiento el mercado objetivo debe centrarse en el eje troncal que comprende los departamentos de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz. De acuerdo a este dato, a continuación se muestra un cuadro del Instituto Nacional de Estadística (INE) sobre la población por departamentos y áreas tanto rural como urbana:

POBLACIÓN POR DEPARTAMENTOS (POSIBLE DEMANDA)

DEPARTAMENTO Y ÁREA	2010	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL
TOTAL	**10.426.154**	**6.922.107**	**3.504.047**
Chuquisaca	650.570	321.784	328.786
La Paz	2.839.946	1.949.829	890.117
Cochabamba	1.861.924	1.197.071	664.853
Oruro	450.814	280.833	169.981
Potosí	788.406	281.066	507.340
Tarija	522.339	362.720	159.619
Santa Cruz	2.785.762	2.171.744	614.018
Beni	445.234	315.112	130.122
Pando	81.160	41.948	39.212

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, proyectada.

Considerando que en Bolivia se tiene una población de 10.426.154 personas, tomaremos en cuenta sólo la población del eje troncal (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz) del área urbana; por tanto, tenemos 3.146.900 personas estimadas como posible demanda.

De acuerdo a los datos de las entrevistas a microempresarios confeccionistas, la venta de las prendas se las realiza en mayor cantidad durante tres épocas al año; por tanto, se puede considerar que existe una demanda aproximadamente de 9.440.700 prendas de vestir. Incluyendo en éstas, todas las que se trabajan en diferentes acabados y de diversa índole, en todo caso hablamos de blusas, pantalones, faldas, chompas, zapatos y otros.

De esta manera, se supone que de la cantidad de prendas requeridas sólo el 30% se ha trabajado en tela de jean. Entonces, se tiene una demanda de 2.832.210 unidades, que deben ser producidas anualmente para cubrir las necesidades de las personas ubicadas en el eje troncal de Bolivia y que viven en el área urbana.

3.4 Precios

Actualmente, existen en el mercado diferentes productos confeccionados de tela jean, así como diversidad tallas y modelos. A continuación, se presenta un detalle de los precios promedio de venta en el mercado nacional y también precios parámetros para el mercado internacional:

PRECIOS PROMEDIO DE PRODUCTOS

PRODUCTO	PRECIO Unitario $us	PRECIO Unitario Bs
Pantalón de jean varón	11,43	80,00
Chamarra de jean varón	17,14	120,00
Pantalón de jean dama	11,43	80,00
Chamarra de jean dama	17,14	120,00
Conjunto de jean niñ@s	9,29	65,00
Gorras de jean	4,29	30,00

Fuente: Elaboración propia, según datos del mercado.

3.5 Plan de ventas

Estrategia de venta

La estrategia de venta deberá abocarse a trabajar con dos tipos de clientes, los directos y los intermediarios; de esta manera, se tendrá el contacto con el cliente final y así se percibirá nuevas necesidades y por medio de los intermediarios se podrá extender a nuevos y mayores mercados. Estos datos también son corroborados por microempresarios que tienen el negocio establecido en Cochabamba. Según las referencias de la entrevista a microempresarios confeccionistas, el trabajo con intermediarios implica mayor cantidad de producción, pues ellos realizan la compra al mayoreo, mientras que la venta al cliente directo es considerada como venta al menudeo.

Fuerza de ventas

La entrevista a microempresarios confeccionistas indica que la venta es mayor en las ciudades del eje troncal y sobre todo en los días de ferias sectoriales en los mercados más concurridos y conocidos en cada departamento.

Las fuerzas de ventas están divididas en dos:

- Intermediarios: Ventas de productos en los mercados centrales de las ciudades troncales del país.

Mercados internos como es el mercado “La Paz” y el “Miamicito” en la ciudad de Cochabamba, el mercado “La Feria” y “Barrio Lindo” en la ciudad de Santa Cruz y el mercado “Uyustus” y la “Feria de la 6 de Agosto” en la ciudad de La Paz

- Clientes directos: Punto de venta en la ciudad de Cochabamba.

Plan de ventas anual

Las ventas durante el año tienen etapas previstas en altas, bajas y de venta normal, por ejemplo:

- Época alta: Enero, julio, agosto, noviembre y diciembre.
- Época baja: Marzo y abril.
- Época normal: Febrero, mayo, junio, septiembre y octubre

Estimaciones de venta

De acuerdo a las entrevistas a microempresarios confeccionistas, el mínimo de producción, aún en temporada alta, está relacionado básicamente con uno de los insumos utilizados, la tela de jean, por lo que se debe trabajar con un mínimo de ½ rollo, significando una producción aproximada entre 420 a 450 unidades. Por tanto, las estimaciones de venta presentadas a continuación están con base en cálculos del sector de acuerdo a la cantidad mínima de producción inicial, así como una estimación del incremento de ventas durante cada gestión.

PRODUCCIÓN DE PRENDAS POR AÑOS Y TEMPORADA

ÉPOCA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Época alta	**2.250 Und.**	**3.750 Und.**	**5.250 Und.**	**7.500 Und.**	**7.500 Und.**
Enero	450	750	1.050	1.500	1.500
Julio	450	750	1.050	1.500	1.500
Agosto	450	750	1.050	1.500	1.500
Noviembre	450	750	1.050	1.500	1.500
Diciembre	450	750	1.050	1.500	1.500
Época baja	**450 Und.**	**750 Und.**	**1.050 Und.**	**1.500 Und.**	**1.500 Und.**
Marzo	225	375	525	750	750
Abril	225	375	525	750	750
Época normal	**1.685 Und.**	**2.810 Und.**	**3.935 Und.**	**5.625 Und.**	**5.625 Und.**
Febrero	337	562	787	1.125	1.125
Mayo	337	562	787	1.125	1.125
Junio	337	562	787	1.125	1.125
Septiembre	337	562	787	1.125	1.125
Octubre	337	562	787	1.125	1.125
TOTAL	**4.385 Und.**	**7.310 Und.**	**10.235 Und**	**14.625 Und.**	**14.625 Und.**

Fuente: Elaboración propia con base en datos de productores

4. Proceso de producción del producto

4.1 Selección de materia prima

La materia prima consta de los siguientes componentes:

- Tela de jean
- Tela de tocuyo
- Hilos, botones y cierres

Elementos que se utilizan para la culminación en la elaboración de la prenda:

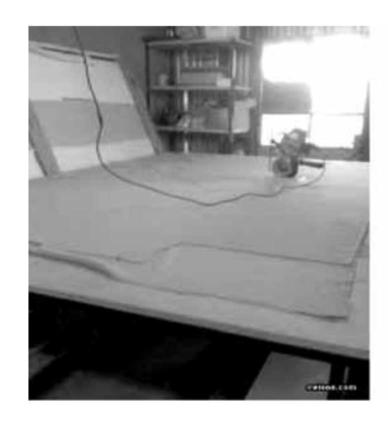
- Servicio de prelavado de las prendas para los detalles de tonalidades
- Servicio de bordado de logotipos y/o figuras de diseños diversos de acuerdo al producto.
- Para algunos casos se incrementarán detalles de broches u otros objetos para la variación de los diseños.
- Etiquetas impresas de cuero, adhesivos impresos y bolsas plásticas para el empaque.

4.2 Maquinaria, equipos y tecnología requerida

Se presenta a continuación la descripción de las maquinarias que se utilizan en el proceso de producción.

a) **Mesa de corte con cortadora**


EQUIPOS DE CORTADO





Las primeras maquinarias y equipos necesarios son la mesa de corte y la cortadora recta, puede ser desde 10 a 14 pulgadas, para cortar tela de ese ancho; los equipos de cortado son

rectos y cortan telas de jeans, algodón, cuero y género de lana, lino de fibra sintética, etc. El equipo realiza cortes limpios, rectos y curvilíneos. Su funcionamiento es con poco ruido, es más estable que el corte manual, tiene facilidad de operación.

b) **Equipos de ensamblado**

- **Máquina recta**



Esta máquina realiza puntadas de calidad superior, sin ruido ni vibraciones tanto en altas como en bajas velocidades, con un máximo de 5000 RPM. El mecanismo de alimentación reduce al mínimo la diferencia de longitud de la puntada, como en alimentación hacia adelante o en reversa.

La máquina recta pespunteadora costura materiales tanto finos como extra pesados: camisas, trajes, jeans, plástico, cuero, etc. Cuenta con cortado de hilo automático, dando mayor eficiencia y reduciendo los tiempos de producción.

- **Máquina cadeneta o doble aguja**



Es una máquina que costura tipo cadena, sin bobina, es especial para costurar sectores de la prenda que se estiran como hombros y entre piernas, tiene una velocidad máxima de 4.500 puntadas por minuto, su aplicación es para todo tipo de tela.

- **Overlook**



El equipo es conveniente para coser telas ligeras y medio-pesadas, tiene una velocidad rápida de 7500 RPM. Dos agujas rectas y doble alzadores permiten realizar el borde que ata y que cose simultáneamente.

- **Pretinadora**



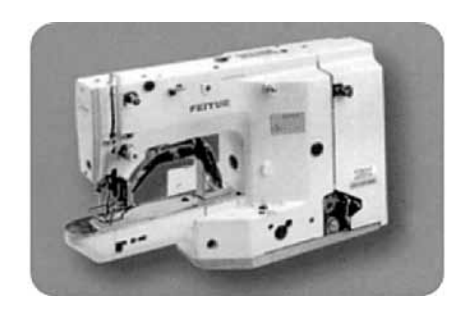
La máquina pretinadora está diseñada para coser pretinas de jeans en prendas abiertas, asimismo su alimentación viene con un sistema de halador de tela con dos rodillos y al abrir la puntada tanto la alimentación inferior como superior quedan ajustadas en la misma proporción de transporte.

- **Tapa costura y rectas comunes para cartera, etiqueta, cierres**



Esta máquina es usada para collareta o tapacostura, trabaja con cinco hilos y con un bordador superior, el trabajo es para cualquier tipo de tela.

- **Atracadora para presillas y bolsillos**



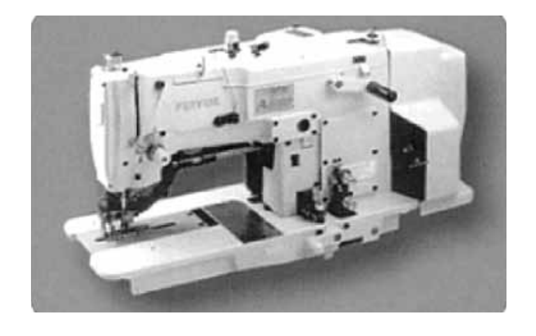
Esta máquina es utilizada para reforzar las partes tirantes de conjuntos, pantalones vaqueros, uniformes, ropas de trabajo, etc. y redondear los extremos del ojal.

- **Cerradora de codo o cañón**



Gracias al pasa-hilo de la barra de agujas y la palanca intermedia de tensión, el tiempo para apretar el hilo de las agujas puede ser retardado, por consiguiente, es capaz de producir costuras de suave apariencia.

- **Ojaladoras para botón principal**



Esta máquina se aplica para confección de ojales en todas las clases de soporte: algodón, fibra, paño, jean, en telas delgadas y gruesas. La máquina puede coser dos tipos de puntadas, una plana y otra de triángulo, manteniendo la costura prolija y firme.

- **Remachadora**



Esta máquina sirve para realizar los remaches en los lugares donde la prenda se desgasta con mayor facilidad.

Los costos mínimos de estas maquinarias están estimados en el siguiente cuadro:

Tipo de maquinaria	Costo en $us (Dólares americanos)	Cantidad necesaria
Mesa de corte	100,00	1
Cortadora	284,00	1
Máquina recta	420,00	1
Máquina cadeneta o doble aguja	1.040,00	1
Overlook	970,00	1
Pretinadora	1.400,00	1
Tapa costura	1.090,00	1
Atracadora	1.900,00	1
Cerradora de codo o cañón	2.220,00	1
Ojaladora	1.100,00	1
Remachadora	1.200,00	1
Total	**11.724,00**	

Fuente: Elaboración propia.

5. Organización y recursos humanos

Como parte de la organización, se piensa establecer formalmente a la empresa paulatinamente, esto significa que todo el proceso legal se desarrolla por completo a lo largo de tres años. Durante las primeras dos gestiones, se pretende establecer el mercado y perfeccionar el trabajo, además de conseguir estabilidad empresarial para ofrecer mejores condiciones laborales para los trabajadores, de modo que al tercer año los ingresos coadyuven a establecer la formalidad de la empresa.

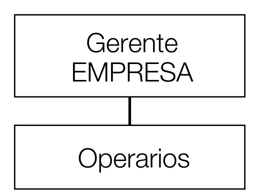
5.1 Aspectos legales

La empresa tiene una figura jurídica como empresa unipersonal, permitiendo al propietario destinar una parte de sus bienes a la realización de un determinado negocio para una actividad comercial y por ende otorgando una responsabilidad limitada.

Para formalizar a una empresa en Bolivia, las leyes establecen que debe estar registrada en seis instancias.

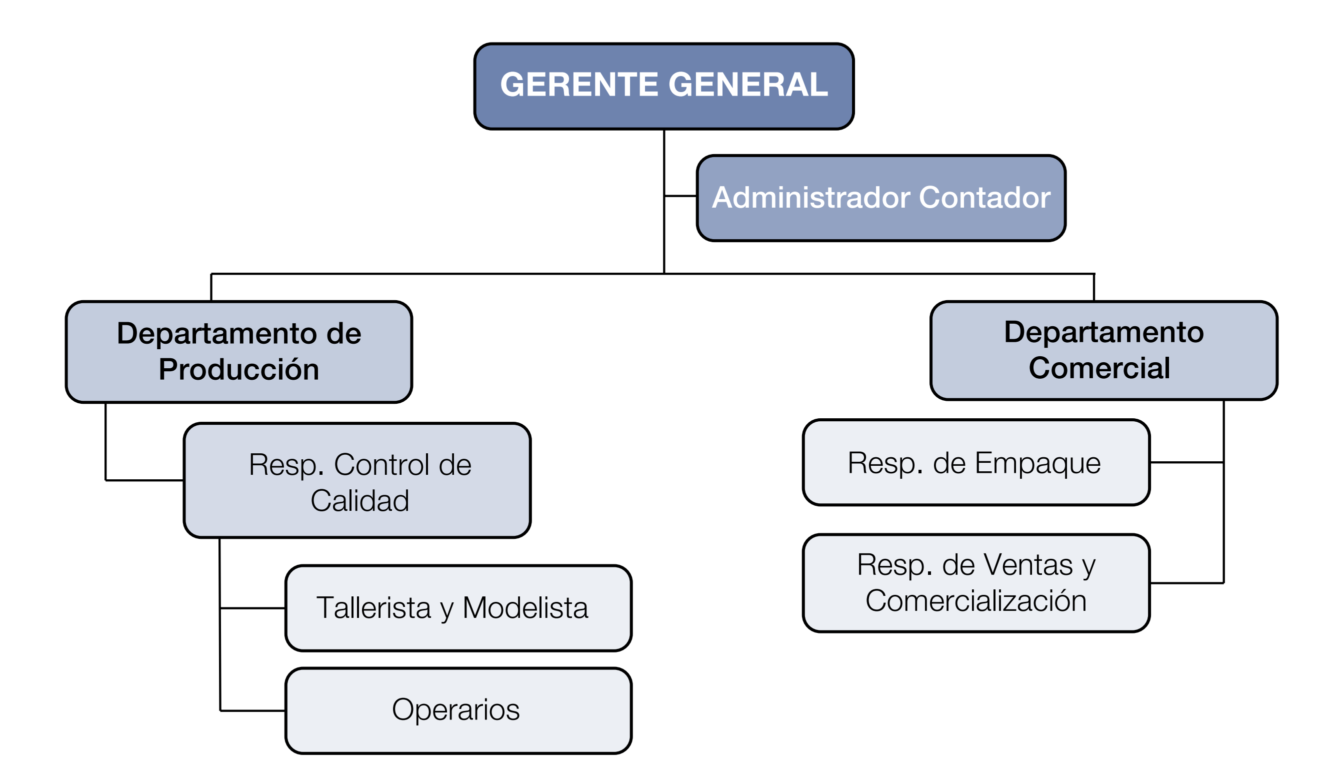
5.2 Organigrama

Los dos primeros años, la empresa tendría una estructura muy sencilla del funcionamiento que constaría del gerente y los operarios, como se muestra a continuación:



Después de cumplida la primera etapa, la estructura se consolidará al establecerse como empresa formal, para lo cual estará estructurada de la siguiente forma:

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



5.3 Descripción de puestos

La estructura propuesta a continuación es la conformada luego del establecimiento de la empresa.

	ADMINISTRACIÓN	PRODUCCIÓN	COMERCIALIZACIÓN
GERENCIA	Organizan, proponen el objetivo empresarial y realizan la planificación a largo plazo	Dirigen, controlan y supervisan la producción en general y la calidad de los productos	Controlan, supervisan y dirigen a los mercados orientados para la venta
OPERACIÓN	Realizan los operaciones contables y administrativas	Realizan la preparación, confección y elaboración del producto terminado	Se encargan de las ventas directas (ventas propias) e indirectas (ventas por intermediarios)

El trabajo que desarrolla la Gerencia es la de controlar, dirigir y fiscalizar el trabajo de todos los dependientes; de igual manera, la Administración y Contabilidad se encarga de dirigir y controlar los recursos de la empresa en general, tanto los humanos como los materiales.

El responsable del Departamento de Producción se encarga de dirigir y coordinar el proceso de producción, además de realizar un minucioso control en la calidad del producto. Mientras que el responsable del Departamento de Comercialización es el encargado de realizar contactos con nuevos negocios y con nuevos y mejores proveedores, además de cuidar la imagen de la empresa.

5.4 Condiciones de trabajo

Los trabajadores son el recurso más importante de una empresa, por lo que se debe cuidar que sus condiciones de trabajo y necesidades sean cubiertas.

La empresa al organizarse tomará en cuenta para la incorporación de nuevos trabajadores se tomara en cuenta los conocimientos y destrezas en el rubro, para luego pasar a una preselección y posterior incorporación al cargo vacante. Tomando en cuenta que las condiciones de trabajo estarán dentro de los estándares y normas establecidos; por tanto, en el tema de seguridad industrial se establece que se deben tener los cuidados necesarios, a continuación se detallan los mismos:

- En el manejo de la maquinaria de corte, se debe tener cierta distancia prudente entre las manos y la máquina.
- Para la operación de cualquiera de las maquinarias no se debe usar guantes.

- No se debe usar relojes, pulseras, cadenas, anillos y otros objetos similares, no deben usarse en el trabajo para evitar el contacto directo con la maquinaria.
- Se debe desconectar del interruptor antes de limpiar, aceitar, reparar o ajustar cualquier parte de una máquina.
- No se conversar o distraerse mientras se está operando las máquinas, sobre todo de corte.
- Para realizar el aseo del área donde trabajan las máquinas, éstas deben ser desconectadas.
- Todo el cableado eléctrico debe ser aislado y cubierto con las protecciones necesarias.

Por otro lado, se ofrece a los trabajadores las condiciones de seguridad laboral, con relación a la remuneración por el trabajo realizado y la seguridad de mantener su fuente laboral. Los operarios trabajarán por destajo, significa que su retribución dependerá del número de prendas trabajadas. Después del tercer año, se contratará al personal de planta por un salario mensual, como es el caso del contador y administrador, así como del personal de ventas y empacado. Este personal tendrá todos los beneficios establecidos por ley, como los aportes a los Fondos de Pensiones para la vejez y el seguro de salud. En el caso de los trabajadores a destajo también se realizará el aporte establecido por ley al Fondo de Pensiones por vejez.

A continuación, se muestra un detalle de los cálculos por las remuneraciones establecidas por planillas salariales mensuales, una vez determinadas todas las normativas y trámites legales.

PLANILLAS DE APORTES SALARIALES
(Expresado en Bs)

					APORTE PATRONAL					APORTE LABORAL						
Nº	Nombre	HABER BÁSICO	BONO ANTG.	TOTAL COTIZABLE	AFP 1,71%	FONDO SOLIDARIO 3%	FONVI 2%	CNS 10%	TOTAL APORTES	AFP C.I. 10%	AFP RC 1,71%	AFP COMISIÓN 0,5%	FONDO SOLIDARIO 0,5%	TOTAL APORTES	AGUINALDO	FINIQUITO
1	Gerente	1.800,00	0,00	1.800,00	30,78	54,00	36,00	180,00	300,78	180,00	30,78	9,00	9,00	228,78	1.800,00	1.800,00
2	Contador	1.300,00	0,00	1.300,00	22,23	39,00	26,00	130,00	217,23	130,00	22,23	6,50	6,50	165,23	1.300,00	1.300,00
3	Resp. Ventas	800,00	0,00	800,00	13,68	24,00	16,00	80,00	133,68	80,00	13,68	4,00	4,00	101,68	800,00	800,00
4	Resp. Empacado	800,00	0,00	800,00	13,68	24,00	16,00	80,00	133,68	80,00	13,68	4,00	4,00	101,68	800,00	800,00
	TOTALES	**4.700,00**	**0,00**	**4.700,00**	**80,37**	**141,00**	**94,00**	**470,00**	**785,37**	**470,00**	**80,37**	**23,50**	**23,50**	**597,37**	**4.700,00**	**4.700,00**

PLANILLAS DE APORTES DE TRABAJADORES POR DESTAJO
(Expresado en Bs)

Nº	Nombre	HABER BÁSICO	PRESTACIÓN SERVICIOS	APORTE SOLIDARIO	COTIZACIÓN MENSUAL	PRIMA POR RIESGO COMÚN	PRIMA POR RIESGO LABORAL	COMISIÓN	TOTAL DESCUENTOS	LÍQUIDO
			15,50%	*0,50%*	*10%*	*1,71%*	*1,71%*	*0,50%*		
1	operario	937,50	145,31	4,69	93,75	16,03	16,03	4,69	280,50	657,00
2	operario	937,50	145,31	4,69	93,75	16,03	16,03	4,69	280,50	657,00
3	operario	937,50	145,31	4,69	93,75	16,03	16,03	4,69	280,50	657,00
4	operario	937,50	145,31	4,69	93,75	16,03	16,03	4,69	280,50	657,00
5	operario	937,50	145,31	4,69	93,75	16,03	16,03	4,69	280,50	657,00
6	operario	937,50	145,31	4,69	93,75	16,03	16,03	4,69	280,50	657,00
7	operario	937,50	145,31	4,69	93,75	16,03	16,03	4,69	280,50	657,00
8	operario	937,50	145,31	4,69	93,75	16,03	16,03	4,69	280,50	657,00
	TOTALES	**7.500,00**	**1.162,50**	**37,50**	**750,00**	**128,25**	**128,25**	**37,50**	**2.244,00**	**5.256,00**

6. Establecimiento, lanzamiento e inversiones

6.1 Plan de establecimiento

Se estima que para el desarrollo de la empresa en la primera gestión se trabajará con los ajustes mínimos y una producción menor. Durante la siguiente gestión se procederá a un ajuste, donde comenzará el trabajo de búsqueda y apertura de nuevos mercados; de esta manera, el trabajo incrementará y por tanto la necesidad de recurrir a contratar una cantidad mayor de trabajadores; paralelamente, durante la segunda gestión, se procederá a realizar los trámites respectivos para la formalización de la empresa ante todas las instancias respectivas.

Todo este proceso se estima concluirlo al segundo año, para que a partir de la tercera gestión con la documentación ya regularizada y las obligaciones cumplidas con los trabajadores, se pueda expandir la empresa con mayor capacidad de producción.

Al contar con un espacio propio y suficiente no es necesario que en este tiempo se precise un lugar más amplio para el desarrollo de las actividades.

6.2 Plan de lanzamiento

Durante la primera gestión, no se tiene un mercado establecido, por lo que se realizarán pequeñas actividades y acciones en búsqueda de mercados; los primeros lotes de ventas se distribuirían en mercados internos como en "La Paz" y el "Miamicito" en la ciudad de Cochabamba, el mercado "La Feria" y "Barrio Lindo" en la ciudad de Santa Cruz y el mercado "Uyustus" y la "Feria de la 6 de Agosto" en la ciudad de La Paz.

7. Estructura de inversión

Las inversiones se realizarán de acuerdo a lo proyectado, para las dos primeras gestiones se tiene previsto elaborar 2.000 prendas mensuales, para las siguientes tres, se trabajará el doble, es decir, 4.000 prendas; a continuación se presentan los cuadros de detalles por gestiones:

GESTIÓN 1º Y 2º

INVERSIONES	UNIDADES	MONTO (Exp. $us)	VIDA ÚTIL (Exp. Años)
Muebles y enseres	-	200,00	10
Maquinarias y equipos	-	11.724,00	20
Herramientas en general	1	400,00	5
Instalaciones de electrificación	1	300,00	10
TOTAL		**12.624,00**	

Para las siguientes gestiones la inversión en activos fijos se incrementará en:

GESTIÓN 3º - 5º

INVERSIONES	UNIDADES	MONTO (Exp. $us)	VIDA ÚTIL (Exp. Años)
Muebles y enseres	-	300,00	10
Equipos de computación e impresoras	1	680,00	8
TOTAL		**980,00**	

Los costos incurridos tanto fijos, como variables son los siguientes:

- Los Costos Fijos mensuales divididos por gestiones:

ÍTEM	MONTO en $US.
Gestión 1º y 2º	**125,00**
Alquiler de tienda comercial en Mercado La Paz	125,00
Gestión 3º, 4º y 5º	**1.105,85**
Alquiler de tienda comercial en Mercado La Paz	125,00
Sueldos y salarios (Gerente, contador, personal de ventas y empacado)	671,42
Beneficios sociales	309,43

Fuente: Elaboración propia, con base en nuevas disposiciones de la legislación laboral.

- Los Costos Variables mensuales aproximados:

ÍTEM	MONTO en $US.
Gestión 1º y 2º	**5.259,46**
Materia prima (incluye los costos por lavandería y bordado)	4.574,46
Gastos personal operadores (4 personas promedio para una confección de 750 unidades de prendas mes)	375,00
Viáticos viajes entrega de productos	70,00
Servicios básicos (consumo de luz, agua y telefonía)	60,00
Mantenimiento equipos	100,00
Transporte local	30,00
Material publicitario	50,00
Gestión 3º, 4º y 5º	**10.745,36**
Materia Prima (incluye los costos por lavandería y bordado)	9.148,93
Gastos personal operadores (8 personas promedio para una confección de 4.000 unidades de prendas mes)*	1.071,43
Viáticos viajes entrega de productos	130,00
Servicios básicos (consumo de luz, agua y telefonía)	120,00
Mantenimiento equipos	100,00
Transporte local	60,00
Material de escritorio	15,00
Material publicitario	100,00

* Los costos incluyen los aportes impositivos como consultoría, así como los aportes al Fondo de Pensiones

Fuente: Elaboración propia.

FÁBRICA JEANS					
may-11					
	$US	Bs		$US	Bs
ACTIVO			**PASIVO**		
ACTIVO CIRCULANTE			**PASIVO CIRCULANTE**	0	0
Caja y Bancos	3125,65	22098,35	**PASIVO NO CIRCULANTE**	14749,65	104280,026
ACTIVO FIJO					
Muebles y enseres	200	1414,00			
Herramientas en general	400	2828,00			
Maquinaria y equipo	11724	82888,68	**PATRIMONIO**		
Instalación eléctrica	300	2121,00	**CAPITAL SOCIAL**		
OTROS ACTIVOS			Aporte propio	1000,00	7070,00
Activos intangibles	0,00	0,00			
TOTAL ACTIVO	**15749,65**	**111350,03**	**TOTAL PATRIMONIO**	**15749,65**	**111350,03**

7.1 Análisis de liquidez

El análisis de liquidez mide la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas.

Ratio de liquidez general o razón corriente

El ratio de liquidez general lo obtenemos dividiendo el activo corriente entre el pasivo corriente.

Ratios Liquidez (Fiesta)					
Periodos	1	2	3	4	5
Activo Corriente	471,83	471,83	732,86	532,86	532,86
Pasivo Corriente	150	150,00	182,86	182,86	182,86
Ratio Liquidez	3,15	3,15	4,01	2,91	2,91

Ratio liquidez = Activo Corriente/Pasivo Corriente

Ratio de liquidez (1) y (2) **= 3,15Veces**. Esto quiere decir que el activo corriente es 3,15 veces más grande que el pasivo corriente; por lo tanto, por cada unidad monetaria de deuda que tiene la empresa, esta cuenta con 3,15 unidades monetarias para pagarla para las dos primeras gestiones.

Ratio de liquidez (3) **= 4,01 Veces**. Esto quiere decir que el activo corriente es 4,01 veces más grande que el pasivo corriente; por lo tanto, por cada unidad monetaria de deuda que tiene la empresa, esta cuenta con 4,01 unidades monetarias para pagarla.

Ratio de liquidez (4) y (5) **= 2,91 Veces**. Esto quiere decir que el activo corriente es 2,91 veces más grande que el pasivo corriente; por lo tanto, por cada unidad monetaria de deuda que tiene la empresa, esta cuenta con 2,91unidades monetarias para pagarla durante las dos siguientes gestiones.

7.2 Análisis de rentabilidad

El análisis de rentabilidad mide la capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa. En otras palabras, el análisis de rentabilidad mide el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activos o capital.

Rendimiento sobre la inversión

El rendimiento sobre la inversión se lo obtiene dividiendo la utilidad neta entre los activos totales de la empresa, para establecer la efectividad total de la administración para producir utilidades sobre los activos totales disponibles.

Rendimiento sobre la Inversión = Utilidad Neta/Activos Totales

Rendimiento sobre la Inversión = 12.431,00/15749

Rendimiento sobre la Inversión =0.789 o 78,90% Quiere decir, que cada unidad invertida en los activos produjo un rendimiento de 78,90% sobre la inversión. Indicadores altos expresan un mayor rendimiento en las ventas y del dinero invertido

7.3 Cálculo VAN y Tasa de Descuento (WACC)

Periodos	Inversión Inicial	1	2	3	4	5
Flujo Neto	**13004,97**	**10871,77**	**22411,39**	**40967,59**	**66780,34**	**79727.21**

Wacc	
Inversión Inicial	13004,97
Kd	25%
Ke(CAPM)	9%
CCA	1000
D	14749,65
Taxes	25%

$$WACC= 0.09*\frac{1000}{14749.65+1000} +0.25\ (1-0.25)*\frac{14749.65}{14749.65+1000}$$

WACC= 18.37%

FLUJO INCREMENTAL DEL PROYECTO	VAN	TIR
	105199.83	150.64%

8. Conclusiones y recomendaciones

Si bien el VAN no es el único instrumento financiero para realizar un estudio de rentabilidad, éste muestra ser uno de los más confiables y utilizados a nivel mundial. Por otro lado, el VAN muestra ser un indicador eficiente cuando se lo utiliza en la toma de decisiones de inversión. En el caso específico de la fábrica de jeans, el VAN del proyecto muestra un valor positivo, por lo tanto, el proyecto muestra ser viable y rentable para los inversionistas, razón por la cual se recomendaría realizar el proyecto.

RUBRO DE PANADERÍA

ELABORACIÓN DE PAN

El objetivo de este acápite es presentar al potencial inversor, en este caso un migrante que decida retornar a Cochabamba o que piense enviar remesas para que su familia o socio las invierta, un campo de posible inversión en el rubro de la elaboración de pan (panadería). Para ello, se presenta los resultados de una exploración del mercado, se describen las condiciones técnicas para la producción, se plantean programas de comercialización, se estima el monto de inversión y finalmente se analiza la rentabilidad del proyecto.

1. Resumen ejecutivo

El presente estudio toma en cuenta el rubro de panadería y pastelería, presentado en dos ámbitos, el industrial y el artesanal. El primero comprende la elaboración tanto de panes y otros derivados en maquinarias industriales; mientras que el segundo es un trabajo más artesanal, pues su preparación se realiza en menor cantidad y su proceso es casi enteramente manual, en la mayoría de los casos la venta es específica y puntual, pues es por solicitud previa.

Los productos que se comercializan en una panadería pueden ser diversos desde una variedad de panes hasta una gama de diferentes masitas. El pan es uno de los principales productos a la venta en el comercio, pues éste es un alimento básico de la canasta familiar. Los productos de repostería son más para el deleite del paladar, estos son consumidos en reuniones, eventos sociales y otros similares, la variedad de ellos se puede diferenciar por su tamaño, color, textura y sabor, dentro de este grupo se encuentra la elaboración de tortas para cualquier ocasión o acontecimientos especiales como matrimonios, cumpleaños, etc.

La intención, de inicio, de la empresa es trabajar con una inversión de 15.159,15 dólares, para maquinarias, vajilla, muebles y enseres e instalaciones básicas, para la materia prima se necesitaría contar con 113,23 dólares por mes para elaborar 1.200 unidades de pan casero y 120 unidades de empanadas, eso significa que durante el primer año se tienen previsto elaborar 14.400 unidades de pan y 1.440 unidades de empanadas.

2. Naturaleza de la idea de negocio

2.1 Antecedentes y justificación

Se sabe que desde hace más de 3.000 años existe el pan, su elaboración ha sido hasta nuestros días, una actividad que se ha transformado de acuerdo a la tecnología desde una elaboración doméstica a una empresarial. El pan es un producto alimenticio que en sus orígenes se elaboraba en las casas, pero que paralelamente derivó en una actividad ejercida por artesanos que lo fabricaban y vendían a terceros. Se conoce que la panadería profesional ya existía en los tiempos de la Roma clásica, en la que se legislaba sobre el precio del pan y la instalación de los puntos de fabricación y venta.

La fabricación del pan y sus derivados tuvo sus inicios en la prehistoria, el origen del pan data de la época del neolítico y fue una casualidad su descubrimiento. A raíz del desarrollo de la agricultura, aparece el conocimiento de las semillas y de los granos de los cereales, cuyo consumo previa cocción se hace cada vez más importante ya que se conocen los beneficios del fuego para darle mejor sabor y textura a los alimentos.

En sus inicios el hombre sabía que los cereales se podían cocinar después de ser triturados y mezclados con agua para preparar una papilla, y se colocaba esta mezcla en una olla, pero al olvidarse del preparado, éste se convierte en una masa granulosa seca, aplastada y desigual, la cual es el indicio del pan rudimentario.

A partir de ese momento, el hombre realiza ensayos, probando diferentes productos del mismo entorno para darle sabor a dicha masa y le añade manteca, mantequilla, leche, dulce, salado; así como hierbas que dan como resultado el pan de ajo, perejil, cilantro y otros, etc.
Los granos fueron importantes en la elaboración, para darle otras texturas y sabores como el trigo, avena, salvado y el arroz; el uso de frutas secas y productos como el cacao y el chocolate, además las especias, la miel, el aceite de oliva. Se verificó que en la época de los egipcios se evolucionó en el proceso de la panificación, al descubrir la fermentación y la utilización del primer horno para elaborarlo, alrededor del 4000 A.C.

En la época de los egipcios había la costumbre de colocar a cada comensal una hogaza de pan de trigo. Para ellos, el pan era uno de los alimentos más importantes, ya que lo dejaron reflejado en sus tumbas, en jeroglíficos en los cuales se designaba al pan como sagrado, se lo utilizaba para referirse a los países o a las zonas habitadas y organizadas en sociedades regulares.

La evolución de la elaboración del pan ha permitido mejorar sustancialmente su calidad, lo que ha provocado la extensión del negocio de la panadería y progresar en la calidad del producto. La elaboración y consumo del pan proviene de muchos años atrás, su evolución en la industria fue muy importante, en el tiempo se mejoró la elaboración con la utilización de microorganismos y el uso de hornos industriales. La evolución ha permitido mejorar su calidad del producto.

La denominación de "panadero" se atribuye a aquella persona que elabora y vende pan, eso no es excluyente para que prepare masas, pasteles y tortas entre otros.

El pan es un alimento básico en la alimentación de las personas, independientemente de su edad o condición social, es uno de los primeros alimentos, el mismo ha sido el más importante en cada época en la historia de la humanidad. El pan proporciona al organismo carbohidratos en forma de almidón, proteínas, aceites, fibras de celulosa y algunas vitaminas. El pan fue convirtiéndose lentamente en un producto de primera necesidad.

2.2 Características

2.2.1 Nombre del producto

En nombre comercial de la empresa es Deli – pan, que expresa la transformación delicada de la panificación y los derivados que de ella se obtienen, demostrando la sugestión a que es un producto delicado y con un sabor.

2.2.2 Sector al que pertenece el producto

El sector al que pertenece este producto es al rubro de la manufactura en la elaboración de panes y pastelería, su elaboración está destinada a todo público.

La manufactura consiste en la transformación de materias primas a productos terminados para su distribución o consumo directo; por tanto, la elaboración de panes y pastelería pasa por un proceso desde la selección de la materia prima y la elaboración del producto para culminar con el producto acabado y que es comercializado.

Un panadero puede comenzar su trabajo siendo un empleado para aprender el oficio, sin embargo, con el tiempo al desarrollar destrezas puede emprender su propio negocio; las empresas de panaderías y pastelerías están divididas de acuerdo a su capacidad de operación en:

- Grandes fábricas: Producen pan y otros productos, la elaboración se realiza mediante maquinarias industriales, el producto es transportado a numerosos puntos de venta en diferentes regiones o ciudades, incluyendo tiendas, supermercados y *snacks*. Como empresa no tiene un punto de venta específico, pues entre sus actividades está el control de calidad en los puntos de venta.

- Fábricas: Producen pan y productos relacionados, la elaboración se realiza en serie y en un proceso industria., la comercialización es realizada en puntos de venta donde normalmente se encuentra la fábrica y muchas veces es distribuido a otros puntos.

- Pequeñas panaderías: Se tratan de negocios familiares, se especializan en productos específicos y la mayoría de las veces comercializan en el mismo sitio donde los preparan; también, reciben pedidos de productos para clientes exclusivos.

- Pequeños negocios familiares: De igual manera su producción es específica y se dedica exclusivamente a productos solicitados por pedidos.





2.3 Insumos

Para la elaboración del pan y la pastelería se utilizan casi los mismos elementos básicos, la diferencia es que en los últimos se incorporan algunos otros elementos más, a continuación se presenta un detalle de los insumos para ambos casos:

INSUMOS REQUERIDOS PARA EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

PANADERÍA	REPOSTERÍA
- Horno	- Harina
- Mezcladora	- Agua
- Levadura	- Levadura / polvo de hornear
- Sal	- Sal
- Azúcar	- Azúcar
- Manteca	- Manteca, mantequilla
- Otros aditamentos de acuerdo al tipo de pan, como semillas, huevo, leche	- Leche
- Harina	- Huevo
- Agua	- Aceitunas, embutidos, fiambre, queso, ají
- Gas	- Dulce, caramelo, chocolate, miel, frutas
	- Mejorador de masa
	- Crema de leche u otros aditamentos dependiendo del tipo de repostería

Fuente: Elaboración propia.

2.4 Descripción del negocio

Misión

La misión de la panadería y pastelería es ofrecer una opción sana, nutritiva y de calidad en la elaboración, teniendo el cuidado y responsabilidad en los procesos y materias primas de los productos, para satisfacer no sólo la demanda sino ofrecer precios competitivos en el mercado local de la ciudad de Cochabamba.

Visión

Nuestra visión es conquistar mayor porcentaje del mercado siendo reconocidos como una empresa ecológica que no contamina el medio ambiente y precautela la salud e higiene con nuestros productos, estando en la vanguardia en la innovación de servicios y productos, contando con el mejor capital humano. Así mismo ofrecer a los clientes los mejores precios y formas de distribución para llegar a sus hogares.

Objetivo general

Ser una empresa consolidada y estar a la vanguardia en la elaboración de pan y repostería, que incremente su producción a través de la imagen, el servicio cordial y cuidando que el producto sea de calidad.

Objetivos específicos

- Mejorar continuamente la calidad y la eficiencia de producción a fin de lograr un producto competitivo.
- Ser la panadería y repostería líder de la zona sud y alrededores.
- Incrementar la producción anual para abarcar mayores mercados.
- Mantener y mejorar el servicio al cliente para afianzar la imagen de la nueva empresa y la fidelidad.
- Incrementar las utilidades por la disminución de costos.
- Contar con personal calificado en la elaboración del producto y la atención al cliente.

2.5 Producto y mercado

La elaboración y consumo del pan proviene desde hace muchos años atrás, su evolución en la industria fue muy importante, su paso en el tiempo fue sufriendo cambios desde la forma y proceso del molido de los granos tanto de trigo como de maíz, la mejora de microorganismos como la levadura y sobre todo la utilización del calor para su cocción, como es el caso de los hornos que hoy se pueden encontrar desde los más sencillos hasta la maquinaria industrial.

El pan lleva como insumos básicos: harina, manteca, sal, levadura y agua; se comercializa en distintos tamaños que varían entre siete cm a 30 cm y de diferentes pesos, regulados por la Intendencia Municipal de Cochabamba quien determina un mínimo en peso de 60 gramos, para el "pan de batalla". Todos los tamaños serán elaborados con la misma calidad en cuanto a las materias primas utilizadas.

Los otros productos dentro la repostería serían las empanadas y queques, los mismos que tienen como materia prima harina, azúcar, huevo, manteca, agua, queso, sal, polvo de hornear, esencia y mantequilla; para la elaboración no existen requerimientos mínimos ni tamaños establecidos, se debe tener cuidado en las cantidades, manipulación e higiene a la hora de preparar estos productos.

La comercialización tiene un amplio mercado, pues el pan está considerado como un alimento básico en la canasta familiar y se característica por consumirse preferentemente en los desayunos, la hora del té y en algunas otras ocasiones. De igual manera, los productos de repostería son consumidos a la hora de la merienda, momentos festivos, reuniones laborales.

2.6 Localización geográfica

La localización de la empresa se establecerá en el Distrito 8 de la zona sud de Cochabamba, más concretamente en la OTB de Valle Hermoso Central.

Para la ubicación de la producción se define concretamente el domicilio particular del propietario que está ubicado en la zona de Valle Hermoso Central; que cuenta con los servicios básicos de electricidad, red telefónica, transporte público, alcantarillado y red de agua.

Para el desarrollo de la empresa, la infraestructura cuenta con un espacio suficiente de cinco por cinco metros cuadrados y con ambientes ventilados donde se establecerán:

- Pequeño almacén de materias primas
- Una cocina con el espacio necesario para:
  - Mezclador
  - Lavadero
  - Amasador
  - Horno abierto
  - Fermentación de los productos.
  - Mesa donde se moldea los panes y las masas de repostería
- Un espacio para el enfriamiento
- Un espacio para la exposición de los productos terminados

Todos estos espacios contarán con las normas de seguridad mínima e higiene industrial y condiciones de seguridad laboral.

2.7 Análisis del entorno

El ambiente externo está representado por las oportunidades y las amenazas o riesgos; el entorno interno considera el análisis de las fortalezas y debilidades. Para la realización del FODA se ha considera la entrevista a una familia que esta en proceso de iniciación de su empresa:

Debilidades

- Trabajo inexistente de calidad sobre la imagen empresarial
- El aspecto físico de la panadería y repostería no cuenta con una imagen

- Muy poca experiencia de los operarios
- Manejo deficiente del control financiero
- Muy poca visibilidad
- Los costos del producto son relativamente altos y que deben disminuirse al elevar la demanda, por lo tanto los niveles de productividad

Amenazas

- Competencia agresiva y desventajosa
- Consumidores poco conscientes de la calidad del producto
- Los precios de los productos importad os suben
- Fluctuación del precio de la materia prima para la elaboración de los productos
- Rotación de personal

Fortalezas

- Personal motivado y preparado
- Ubicación favorable
- Bajos costos de alquiler
- Disponibilidad tecnológica e innovación

Oportunidades

- Mala calidad y bajo peso de los productos de la competencia
- Buen contacto con distribuidores de insumos
- Mercado en crecimiento en la zona: hay mayor cantidad de personas que viven en los barrios y el centro de la ciudad, y necesitan de este producto.
- Por el momento es el mejor producto, al cual accede el consumidor objetivo; pudiendo ser sujeto de crédito
- Incremento de la demanda

3. Análisis de mercado

3.1 Análisis de la competencia

En Cochabamba hoy en día existe bastante competencia en la industria manufacturera, específicamente dentro de la actividad de elaboración de productos alimenticios y bebidas con su actividad específica en productos de panadería y repostería, puesto que al ser un producto básico en la canasta familiar su demanda es mayor sobre todo en horas específicas como la del desayuno y el té. Encontramos que cada año hay una gran apertura en este rubro, como vemos en el siguiente cuadro.

BOLIVIA: EMPRESAS DEDICADAS A LA ACTIVIDAD DE INDUSTRIA MANUFACTURERA (SECCIÓN D) SEGÚN DEPARTAMENTO, 2005 - 2009

(En cantidad de empresas)

SECCIÓN	DEPARTAMENTO	2005	2006	2007	2008	2009	VARIACIÓN PORCENTUAL 2008 - 2009
D	La Paz	914	950	1.252	1.298	1.429	10,1
	Santa Cruz	868	948	1.361	1.416	1.230	-13,1
	Cochabamba	592	676	792	723	756	4,6
	Oruro	87	101	156	162	125	-22,8
	Tarija	78	116	238	214	123	-42,5
	Beni	85	73	92	102	102	0,0
	Chuquisaca	61	62	73	84	99	17,9
	Potosí	30	49	115	117	56	-52,1
	Pando	23	31	26	28	26	-7,1
TOTAL		**2.738**	**3.006**	**4.105**	**4.144**	**3.946**	**-4,8**

Fuente: FUNDAEMPRESA.

Existen varias empresas que se dedican a la actividad de elaboración de productos de panadería y repostería, pero sólo algunas se encuentran registradas formalmente, mientras que a otras les falta regularizar su documentación.

PRINCIPAL COMPETENCIA DE MERCADO EN COCHABAMBA

Empresa	Tipo de actividad	Dirección Industrial y de venta de productos
EDÉN – PASTELERÍA Y SALÓN DE TÉ	Pastelería y eventos gastronómicos	Calle Salamanca Nº 639
WISTUPIKU	Elaboración de empanadas y helados	Calle Lanza y Aroma Nº 619
IAFAL	Elaboración de productos de panadería	Fábrica ubicada en la carretera a Sacaba Comercialización: Plazuela Esteban Arce Nº 668, Coronilla
INDUSTRIA PANIFICADORA INPASA	Panadería: pan, galletas, panetones y biscochos.	Av. Villazón Nº 1150
INDUSTRIA PANIFICADORA INPASA	Panadería repostería galletería	Calle Incachaca N° 1067 Edificio: Inpasa zona: Oroncoto – Sacaba
PANADERÍA ZELADA INDUSTRIAS ZELADA DERIVADOS DE HARINA Y SOYA	Panificadora y repostería Elaboración de panes y pasteles	Calle Belzu y 16 de Julio, km 7 Blanco Galindo Comercialización: Calle Jordán esq. San Martín Nº 512
TE ROOM ZURICH	Elaboración de pasteles y masitas.	Calle La Paz Nº 781
"RICA MASA" S.R.L.	Elaboración de productos de panadería en general, repostería, pastelería, elaboración de galletas y todo tipo de alimentos comestibles derivados de harina y cereales, etc.	Av. Aniceto Padilla N° E-0337 zona: Queru Queru
ÁLVAREZ BRIGGES	Pastelería, repostería y bocaditos	Km 7 Blanco Galindo N° 0268 zona: Caparachi
AVANTI S.R.L. LA CANTONATA	Instalación y administración de restaurant, confiterías, salones de té, heladerías con atención de todo tipo de alimentos y bebidas del campo gastronómico nacional e internacional, así como con repostería. En suma realiza cuanta actividad encuentra.	Calle España # 409, zona central
CANDYSTEFY	Producción y venta de caramelos y repostería	Barrio Coboce (Quillacollo) N° 220 zona: este
CAPRESSO S.R.L	Producción y venta al consumidor de productos alimenticios, derivados del café, jugos de frutas naturales y todo género de bebidas no alcohólicas, pastelería y productos de repostería en general; producción, acopio, importación y venta de grano de café calidad; importación y comercialización de máquinas especializadas en el procesamiento de café, etc.	Colombia N° 815, zona central
F.P. ALIMENTOS	Elaboración, comercialización, distribución y venta de productos alimenticios como ser servicio de té, café, jugos, refrescos, repostería, pastas y otros, complementariamente servicio de comida rápida, popular, servicio de catering.	Avenida Perú N° 806 zona: Hipódromo
HELADERÍA GLOBOS S.R.L.	Industria y comercio sin límites, fabricación de productos alimenticios en los ramos de la heladería, repostería, confitería restaurant, etc.	Av. Santa Cruz esq. Beni N° 1306 zona: norte
IMPOVAC	Importación de productos de repostería, bebidas (vinos); comercialización de productos de repostería, vinos.	Calle Rafael Canedo Nº 2355 zona: Temporal
NUTRI VITAL "EL PRÍNCIPE"	Producción de leche vegetal, producción de leche de soya. panificadora, galletería y repostería	Pasaje Hípico Max Paredes-El Paso km 10 N° s/n
PANIFICADORA PANCHA	Elaboración de productos de panadería pastelería y repostería	Pacheco N° 443, zona central
REPOSTERÍA ZAHINA	Repostería y panificadora	

Fuente: FUNDEMPRESA, Cámara Departamental de la Industria de Cochabamba.

3.2 Plan de marketing

El emprendimiento a gran escala puede generar una solución para la economía personal o familiar.

Para el micro emprendimiento propuesto, no es necesario contar con un gran capital pero sí se los conocimientos de panadería y repostería, para lograr productos elaborados de aceptación en el mercado.

Estrategia de producto:

Contar con espacios adecuados e higiénicamente conservados para el almacenamiento de los insumos y la elaboración de los productos.

Contar con una cocina que tenga espacios para los equipos necesarios, así como para la manipulación y elaboración de los productos, además con un ambiente ventilado y con las normas de seguridad industrial.

Los almacenes estarán distribuidos según los insumos y contarán con muebles para el adecuado abastecimiento de la materia prima, además de tener inventarios actualizados cada 15 días para lograr un control de los precios y las fechas de vencimiento.

Trabajar con tres líneas de productos

Se elaborará el pan casero común tanto para el consumo directo como para la venta con intermediarios. Otros productos que la empresa ofertará dentro de la repostería serán las empanadas de queso y queques.

Estrategia de precios:

Por las características de los productos, en los que predomina la calidad, en relación al mercado al cual se dirigirán, se tendrá un precio bajo de modo que los clientes lo asocien con calidad e higiene. Para lo cual se tendrán las siguientes ofertas de ventas:

Precios de venta del productor al consumidor, en el punto de expendio

Al tener un punto de expendio en nuestra tienda comercial, los precios de venta al cliente tendrán un bajo costo y el beneficio de obtener el producto recién elaborado.

Precios de venta a los intermediarios con vendaje

Al ofrecer los productos a las tiendas barriales se otorgará un vendaje, consistente en un pan extra de ganancia directa por la compra de 10 unidades.

Estrategia de distribución:

La comercialización de los productos estará enfocada en el punto de venta y distribución por intermediarios.

El punto de venta estará ubicado en la misma empresa con un ambiente que esté visible a los clientes, y que los mismos productos se vendan solos (que sean apetecibles al olfato y la vista, higiénicamente manipulados y con un servicio de atención personalizado). Como visibilidad de la marca estarán los banners con el logotipo y lema de la empresa.

La comercialización mediante intermediarios consistirá en la distribución a las tiendas del barrio en canastas que visibilicen la calidad del producto.

De igual manera, la venta se extenderá a centros comerciales, oficinas y tiendas del centro de la ciudad.

Estrategia de promoción:

Se elaborará folletos y otros medios publicitarios para promocionar a la empresa

Se imprimirán tarjetas personales y folletos con la información de la empresa, logotipo y el eslogan publicitario. Se realizarán banners en diferentes tamaños ofertando los productos de la empresa; los mismos serán repartidos y exhibidos en los puntos de venta.

Nuestra publicidad estará en manos de los propios clientes, que serán atendidos con la mejor predisposición y en forma personalizada, para que realmente deseen volver al negocio y sean capaces de transmitirlo a sus allegados.

Los empleados estarán serán amables, cordiales, atentos a la llegada de los clientes y ante cualquier consulta tendrán una respuesta pronta y eficaz.

Se trabajará con el eslogan "En la capital gastronómica la empresa **Deli – pan** es capaz de seducir tus sentidos y exaltar tu buen gusto por la tradición de un buen comer y buen vivir, creemos que si comes bien, vives bien".

A los clientes asiduos se les otorgará un presente a fin de año, por haber consumido los productos de la empresa.

3.3 Demanda

La demanda será considerada solamente a nivel local, pues el mercado objetivo se concentrara dentro del área urbana de la ciudad de Cochabamba. A continuación, se muestran los datos del INE sobre la cantidad de población existente en el área de interés:

POBLACIÓN DEPARTAMENTO DE COCHABAMBA

DEPARTAMENTO Y ÁREA	2010	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL
TOTAL	**10.426.154**	**6.922.107**	**3.504.047**
Cochabamba	1.861.924	1.197.071	664.853

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, proyectada.

Considerando que en el área urbana de Cochabamba se tiene una población de 1.197.071 personas. De acuerdo a los datos de las entrevistas de microempresarios panaderos de la zona, la venta de pan al mes es de uno a tres quintales de harina; por tanto, se puede considerar que existe una demanda aproximada de entre 1.500 a 2.000 panes al mes.

3.4 Precios

Hoy en día hay una competencia variada en el sector, pues ofrecen los productos con diferentes ventajas a la hora de su adquisición, como que el producto esté a la venta a horas específicas, que lo lleven a la puerta de los domicilios, o que el un producto tenga algo más como forma de fidelidad ante los consumidores. A continuación, se hará un detalle de los precios de los productos para la comercialización:

PRECIOS DE PRODUCTOS PROMEDIO

Producto	Precio Unitario $us	PRECIO Unitario Bs
Pan de batalla	0,06	0.50
Empanadas	0,14	1.00

Fuente: Elaboración propia, según datos del mercado.

3.5 Plan de ventas

Estrategia de ventas

La distribución será de forma directa y por intermediarios, es decir, para la primera opción se establece un local en el mismo lugar que se produce y para la segunda se oferta los productos a tiendas de barrio o vendedores ambulantes.

Plan de ventas anual

Al ser un producto de consumo cotidiano no existen temporadas altas ni bajas, por lo que las ventas son regulares a lo largo de todo el año, razón por la cual la elaboración no debe ser interrumpida, ya que el abastecimiento de la materia prima es constante, con la regularidad se afianza la confianza del cliente.

Sin embargo, para los productos de repostería existen temporalidades altas en fechas festivas, como Todos Santos, Semana Santa y Navidad.

Estimaciones de venta

Unidades a producir	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pan	14.400	24.000	33.600	48.000	48.000
Empanadas	1.440	2.400	3.600	4.800	4.800
TOTAL	15.8400	26.400	37.200	52.800	52.800

Fuente: Elaboración propia con base en cotizaciones.

4. Proceso de producción del producto

4.1 Selección de materia prima

Para la elaboración del pan y la pastelería se utilizan casi los mismos elementos básicos, la diferencia es que estos últimos suelen incorporar a sus ingredientes algunos otros elementos más, a continuación un detalle de cada uno:

INSUMOS REQUERIDOS PARA EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

PANADERÍA	REPOSTERÍA
- Levadura	- Harina
- Sal	- Agua
- Azúcar	- Levadura / Polvo de hornear
- Manteca	- Sal
- Agua	- Azúcar
- Harina	- Manteca, mantequilla
	- Huevo

Fuente: Elaboración propia.

En el proceso de elaboración del pan y la repostería lleva varias operaciones de manera encadenada, atendiendo un orden hasta obtener un producto de calidad, se convierten un grupo de ingredientes correctamente balanceados, presentados en una fórmula con las cantidades que indique el peso, generalmente en gramos, y sus equivalentes en porcentajes; los elementos utilizados en panificación son: la materia prima, procesos tecnológicos y maquinarias.

Entre las materias primas a utilizar en el área de panificación están: harina de trigo, agua, levadura, sal, azúcar, grasa. Sin embargo, de acuerdo al tipo de pan que se vaya a preparar los ingredientes se diversifican y aumentan.

Los utensilios y herramientas que se utilizan son bandejas, moldes, tazas, espátulas, raquetas, cuchillos, cepillos, palas de cocinero, cucharas, brochas y otros. Entre las maquinarias están: la amasadora, también llamada mezcladora, la divisora, la sobadora, la boleadora, la moldeadora y el horno.

Todos los ingredientes son pesados y colocados en una mezcladora vertical. Almidón y agua son añadidos para producir la masa. Luego, ésta es fermentada por unas horas para permitir la activación del almidón y el hinchamiento. Este periodo de fermentación es conocido como “tiempo de reposo o descanso”.

Luego la masa es dividida y redondeada e inmediatamente probada. Las piezas de masa pasan a través del moldeador, que contiene una serie de rodillos que quitarán a la masa todo exceso de gas y aire. Las piezas de masa son formadas dentro de un molde cilíndrico o de barra (pan de molde) y colocadas en recipientes.

Los recipientes son colocados en una cabina de prueba con temperatura y humedad controlada, y son dejados por una hora. Luego son llevados a un horno para que la masa sea cocida. Ésta

es la parte más importante del proceso de producción. La temperatura del horno transformará a la masa en un producto ligero, agradable y apetecible.

Cuando el pan es retirado del horno, debe enfriarse, antes de ser cortados y empaquetados.

Luego, las barras de pan serán empaquetadas, en forma automática y llevadas hacia un almacén donde es guardado en estantes para responder inmediatamente a las demandas del mercado.

Descripción de la materia prima y sus propiedades en el proceso de elaboración:

Harina de trigo:

Es el ingrediente más importante, es el resultado de la molienda del trigo, su calidad y naturaleza dependen de ésta. Contiene una serie de propiedades y requiere de una atención especial durante el proceso de almacenamiento y conservación. La composición ideal de la harina destinada a la fabricación del pan es de:

	Composición
Almidón	-70-75%
Agua menos de	-15%
Proteínas	8-12%
Azúcares simples	1-2%
Materias grasas	1,2-1,4%
Materias minerales	0,5-0,6%
Vitaminas	B y E

Fuente: Elaboración propia.

Almidón: El almidón es el elemento principal de la harina. En estado natural, en la almendra harinosa del grano de trigo, se presenta bajo la forma de un polvo compuesto por granos de tamaños diferentes. En la elaboración del pan y la repostería, el almidón proporciona gran parte de azúcares simples.

Proteínas:	La glutenina son cadenas protéicas con enlaces, que le dan a la masa la consistencia, resistencia y viscosidad.
	El gluten, como tal, no existe en el grano de trigo. En estado natural, en la almendra harinosa, se encuentran dos fracciones proteicas insolubles: la gliadina y la glutenina, que asociadas con el agua, forman el gluten.

Azúcares: El porcentaje de azúcares simples es reducido en la composición de la harina, pero su papel es muy importante en el momento de la fermentación.

Grasas: Las materias grasas provienen de unos residuos de la cáscara, del germen, además de localizarse en la almendra harinosa. En cualquier caso, los contenidos de materia grasa en la harina son muy reducidos. Un exceso de materias grasas en una harina puede significar problemas en su conservación, pues la ataca el ácido producido por la materia grasa rancia.

Las propiedades físicas son: **Color:** La harina puede ser blanca o de un color crema suave. Una coloración ligeramente azulada es anormal y advierte sobre el inicio de una alteración. **Olor:** Una harina normal tiene un olor propio, ligero y agradable. **Sabor:** Su gusto tiene que ser de cola fresca, las alteradas poseen un gusto amargo, agrio y rancio. **Calidad:** Cuando la harina se mezcla con el agua, se obtiene una masa que presenta unas características variables, según las propiedades de la harina y los componentes de la fórmula usada para conseguir esa masa. Una buena masa presenta un equilibrio entre la tenacidad y la flexibilidad. **Conservación:** Las harinas almacenadas están expuestas a los mismos peligros que el trigo y pueden ser originados por: ataque de insectos, infecciones por hongos, por bacterias, oxidación natural y el contenido de humedad de la harina. **Maduración:** La harina madura se diferencia de la recién hecha porque tiene mejores propiedades, mayor tolerancia en el amasado, produce piezas de mayor volumen, con calidad y textura más fina. El reposo de la harina debe hacerse con una buena aireación, temperatura máxima de 28°C en el almacén, humedad máxima de 75%, los pisos de los sacos apilados no deben exceder de 10 y deben reposar sobre paletas de madera, nunca en el piso.

Agua:

Es muy importante que el agua sea filtrada, es decir, no se debe usar agua corriente en la elaboración de pan y la repostería. El agua corriente puede contener productos químicos y organismos que son perjudiciales para la acción de la levadura, la cual se debe incorporar al mezclado de la masa lo mas fría posible, alrededor de 2°C, para evitar que con la fricción de la amasadora caliente mucho la masa.

Levadura:

Es un elemento básico en la elaboración de masas a la hora de concebirla como fresca, crujiente y esponjosa. Se debe tomar en cuenta su calidad y la cantidad. Para producción a escala, la levadura ideal es la fresca, pues es la más económica y de buena calidad, su almacenamiento y conservación debe hacerse en la nevera a 2°C, considerando que su eficiencia dura 30 días,

por lo cual es preferible hacer compras pequeñas y frecuentes de levadura. En cuanto a sus características, debe quebrarse fácilmente a la hora de apretarse y tener un olor ligeramente agrio.

Sal:

Su uso es valioso a la hora de equilibrar los sabores del pan. Aunque se usa en cantidades pequeñas, es importante para la fermentación, pues interviene acelerando o frenando el proceso de la fermentación, a mayor cantidad de sal la actividad de las levaduras y enzimas son menores y viceversa.

4.2 Maquinaria, equipos y tecnología requerida

A continuación, se presenta la descripción de las maquinarias que se utilizan en el proceso de producción.

- ✧ **Horno industrial**



Los hornos industriales, se usan en panaderías y repostería para la producción a mayor escala. Se utilizan a temperaturas mayores a 500 y 600 grados en todo tipo de industria.

Características: Estructura de acero inoxidable, puerta de cierre hermético con visor hasta la última bandeja, con vidrio templado, tablero digital, regulador automático de humedad y temperatura, vaporizador y tiempo de cocción programable con indicador sonoro al terminar cada proceso, sistema de carga y cocción mediante carros porta bandejas.

Dimensiones	
Ancho (cm)	90
Alto (cm)	184
Profundidad (cm)	130
Peso (Kg)	200
Producción (kg/h)	30
Tensión (V)	220
Bandejas (cantidad)	10
Potencia del Quemador (Kal/h)	30.000
Consumo (m3 de gas natural)	3,5

✧ **Amasadora industrial**



La amasadora industrial está diseñada para elaborar masas de forma compacta y uniforme, garantiza un mezclado rápido su uso está determinado por la capacidad o volumen de materia prima, además permite trabajar en velocidades de amasado lento y rápido, que permite obtener un excelente resultado de la mezcla.

Características: Batea de acero inoxidable, reductor en baño de aceite amasador de aluminio con corona de mando y trasmisión a cadena.

Dimensiones	30 kg (M)
Altura (cm)	100
Frente con batea (cm)	60
Profundidad con batea (cm)	90
Capacidad (kg de masa)	30
Peso (kg)	90/130
Motor eléctrico monofásico (H/P)	1

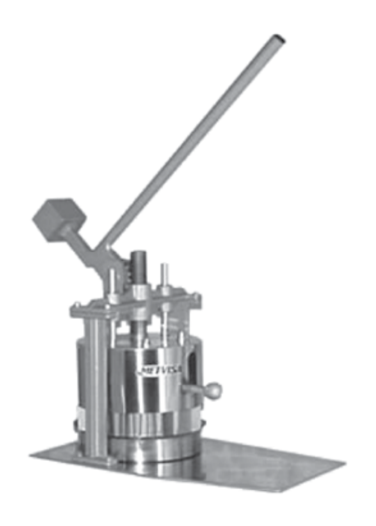
✧ Batidora industrial



Tienen la función de batir productos alimenticios secos y líquidos, los cuales permiten formar una mezcla uniforme y rápida que cumple con las características de higiene y seguridad. Su velocidad garantiza producción y calidad.

Especificaciones	
Motor	1/2 HP
Transmisión	Correa en V A51
Velocidad	1-133 RPM / 2-132 RPM
Altura (mm)	1175 mm
Ancho (mm)	465 mm
Profundidad (mm)	670 mm
Peso (kg)	75 kg

✧ Divisoras de masa



Divide la masa de pan en pedazos de igual peso y proporciona el redondeo que es esencial para la buena calidad del producto final, también hace posible la manipulación de masas muy blandas como, por ejemplo, para rollos, queques, pastas de frutos, etc. El funcionamiento es similar a la de un plato redondo y continúo, significa que la división, el redondeo y descarga de la masa se hace paso a paso de forma simultánea.

Especificaciones	
Altura (mm):	1450
Frente (mm):	380
Hondo (mm):	720
Peso (kg):	52
Capacidad (kg):	1,5
Divisiones:	30
Accionamiento:	manual

✧ **Sobadora de masa**



La sobadora de masas es ideal para un correcto amasado, es la base para la elaboración de un pan de calidad. A través del trabajo mecánico de la amasadora, el agua actúa de enlace entre todos los componentes de la harina y el resto de los ingredientes incorporados. Está construida con un sobre amasado, produce efectos que alteran inexorablemente la calidad del producto final.

Dimensiones	**Mod. 400 mm.**
Altura (cm)	47
Frente (cm)	65
Profundidad (cm)	63
Peso (kg)	60
Motor monofásico (HP)	3/4
Diámetro del cilindro (mm)	70
Largo del cilindro (mm)	400

✧ **Exhibidor para panadería**



Es necesario poner a la vista los productos elaborados y para esto necesitamos un exhibidor, aun en negocios caseros se debe entender la importancia de escoger estantes ya sea de madera o de otros materiales.

✧ **Exhibidor para pastelería**



Heladera exhibidora vertical de puertas batientes con 2-3-4 puertas. Revestidas en su interior con galvanizado o acero inoxidable. Exterior revestido en plástico de alto impacto. Laterales de acero inoxidable. Puertas y marcos de acero (marcos de aluminio opcional) ideales para conservar frio y congelados los productos de repostería.

Los costos de estas maquinarias están estimados en el siguiente cuadro:

Tipo de maquinaria	Costo en $us (Dólares americanos)	Cant. necesaria
Horno industrial	4.600	1
Garrafa	37	1
Amasadora	2.450	1
Batidora	720	1
Divisora de masa	1.100	1
Sobadora	1.400	1
Bandejas de horno	240	1
Otros	80	1
Quequeras	150	1
Balanza	150	1
Refrigerador	320	1
Cocina	242,9	1
Total	**11.489,85**	

Fuente: Elaboración propia.

5. Organización y recursos humanos

Como parte de la organización, se piensa establecer formalmente a la empresa paulatinamente, esto significa que todo el proceso legal se desarrolla por completo aproximadamente en tres años. Durante la primera gestión, se pretende establecer el mercado y perfeccionar el trabajo, además de conseguir estabilidad empresarial para ofrecer mejores condiciones laborales para los trabajadores, de modo que al segundo año los ingresos ayuden a establecer la formalidad de la empresa.

5.1 Aspectos legales

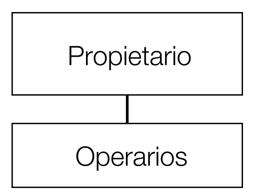
La empresa tiene una figura jurídica como empresa unipersonal, permitiendo de esta forma al propietario destinar una parte de sus bienes a la realización de un determinado negocio de una actividad comercial, y por ende otorgar una responsabilidad limitada.

Además existe el requerimiento de contar con una certificación de sanidad para la manipulación de alimentos, tanto para la elaboración, como para el expendio de los productos.

Para formalizar una empresa en Bolivia, se deben seguir pasos básicos a ser registrados en instancias mínimas:

5.2 Organigrama

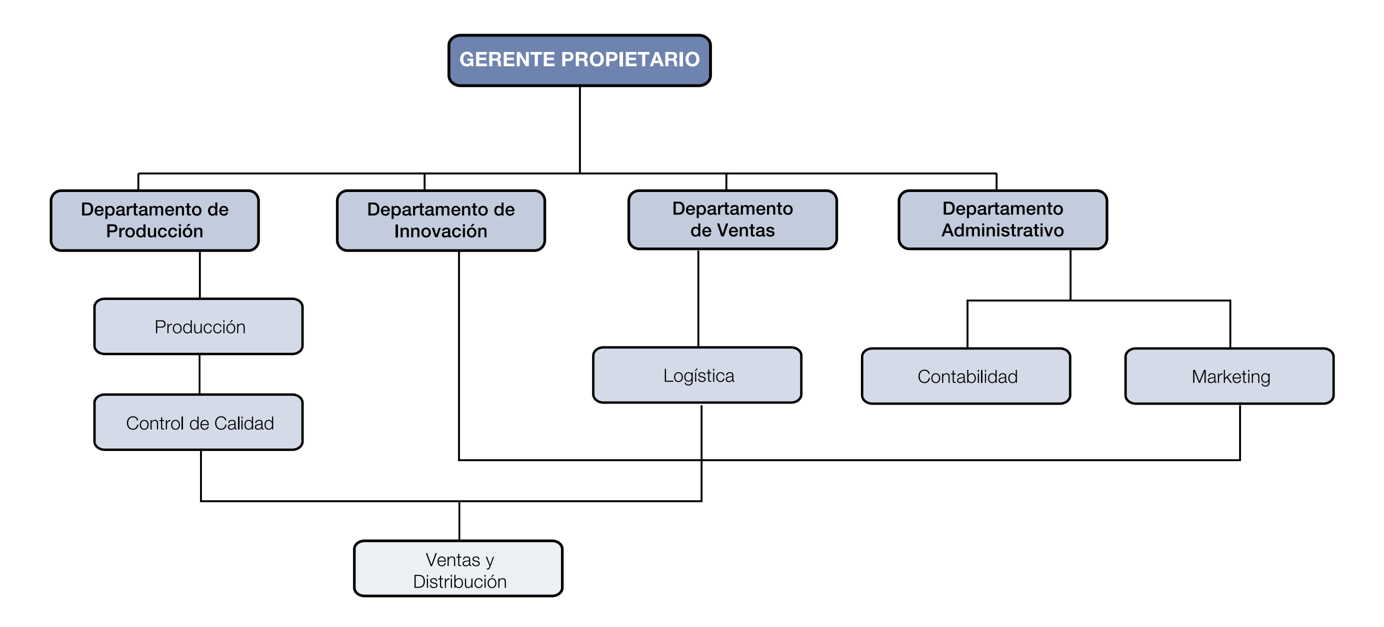
El rubro de panadería y pastelería contará al inicio con un personal limitado:



Al consolidar la empresa, la estructura cambia, de la siguiente forma:

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

La estructura propuesta a continuación es la conformada luego del establecimiento y la formalización de la empresa.



5.3 Descripción de puestos

	ADMINISTRACIÓN	PRODUCCIÓN	COMERCIALIZACIÓN
EMPRESARIO	Organizan, proponen el objetivo empresarial y realizan la planificación a largo plazo	Dirigen, controlan y supervisan la producción y la calidad de los productos	Controlan, supervisan y dirigen a los mercados para la venta
OPERACIÓN	Realizan los operaciones contables y administrativas	Realizan la elaboración y la venta de los productos.	Se encargan de las ventas directas (ventas propias) e indirectas (ventas por intermediarios)

Como parte de la administración de la empresa, el propietario se encargará principalmente de controlar, dirigir y fiscalizar el trabajo de todos los dependientes. De igual manera, la administración y contabilidad se encargará de administrar y controlar los recursos tanto humanos como materiales.

El responsable del departamento de producción dirige y coordina el proceso de producción, además realiza un minucioso control en la calidad del producto. Mientras que el responsable del departamento de comercialización es el encargado de realizar contactos para la distribución y comercialización de los productos y cuidar la imagen de la empresa.

5.4 Condiciones de trabajo

Las personas son el recurso más importante que tiene una empresa, por lo que se debe estar pendiente de las necesidades y condiciones de trabajo.

La panadería tomará en cuenta para la incorporación de trabajadores se tomara en cuenta destrezas en el rubro para una preselección y posterior incorporación al cargo. Teniendo el cuidado de que las condiciones de trabajo estén dentro de los estándares y normas establecidas.

Las condiciones de trabajo en panadería presentan las siguientes características: el trabajo para la elaboración del pan casero comienza a las 12:00 de la noche, donde la masa es elaborada para que el pan esté fresco a la hora de su entrega, las instalaciones deben estar limpias y con todos los insumos en el mesón de elaboración, cuidando que no se recoja nada del suelo para que esté higiénicamente elaborado.

La elaboración de pan y repostería consta de cuatro fases principales: mezcla y moldeo, fermentación y cocción. Tales procesos se llevan a cabo en áreas de trabajo diferentes como el almacén de materias primas, la sala de mezcla y moldeo, las cámaras refrigeradas y de fermentación, el horno, la sala de refrigeración y la zona de almacenamiento antes de la distribución del pan; en cuanto a la repostería su envoltura y empaquetado. Las instalaciones para la venta, se encontrarán anexas al lugar de fabricación.

Los hornos de producción a pequeña escala son del tipo de hogar, donde la cámara se calienta con el vapor que pasa por los conductos situados en la pared de la misma o mediante la circulación de aire caliente. El horno es alimentado por gas licuado. El pan se introduce en el horno con la ayuda de palas o bandejas que deben ser manipuladas con guantes que protejan a la persona que las manipula y al producto. El interior estará iluminado de forma que pueda

observarse la cocción a través de las ventanas de la cámara. Durante la cocción, el aire de la cámara se carga con el vapor de agua generado por el producto y/o introducido en forma de vaho, el exceso de este vapor suele perderse por la chimenea, la cual debe tener un respirador adecuadamente ventilado.

La utilización generalizada de cuchillos en las panaderías artesanales conlleva un riesgo de cortes y heridas, y de posterior infección; los objetos pesados como pesas y bandejas pueden causar lesiones por aplastamiento si caen sobre los pies de los trabajadores. Los hornos generan varios riesgos, con la manipulación del gas licuado, se corre el peligro de incendio y explosión. Los equipos y las instalaciones eléctricas deficientes, sobre todo portátiles, pueden generar descargas eléctricas. Se recomienda realizar las conexiones y usar los cables adecuados para este tipo de ambientes. Se recomienda tener cuidado en la manipulación y contar con extinguidor.

Los trabajadores suelen utilizar ropas ligeras y sudar con profusión; se ven expuestos a corrientes y a variaciones de temperatura, causadas por el tipo de trabajo que realizan, por ejemplo, la tarea de carga del horno y el trabajo de refrigeración. El polvo de harina en suspensión en el aire puede causar rinitis, dolencias de garganta, asma bronquial ("asma del panadero") y enfermedades oculares, el polvo de azúcar puede provocar caries dentales. El polvo de vegetales en suspensión en el aire debe controlarse mediante una ventilación adecuada. La dermatitis alérgica puede darse en personas con una predisposición especial. Los riesgos para la salud mencionados y la elevada incidencia de tuberculosis pulmonar entre los trabajadores de panadería, ponen de relieve la necesidad de una supervisión médica periódica; además, una higiene personal estricta.

Además, se debe ofrecer a los trabajadores seguridad laboral, esto con relación a la remuneración por el trabajo realizado y la seguridad de mantener su fuente laboral. Los operarios trabajan a destajo, esto significa que su retribución dependerá de lo que producen; después del tercer año se contratará al personal en planta con un salario mensual. Este personal tendrá todos los beneficios establecidos por ley como los aportes a los Fondos de Pensiones por vejez y el seguro de salud. En el caso de los trabajadores a destajo, se realizará el aporte establecido por ley a los Fondos de Pensiones por la vejez.

A continuación, se muestra un detalle de los cálculos por las remuneraciones establecidas por planillas salariales mensuales, una vez determinadas todas las normativas y trámites legales.

PLANILLAS DE APORTES SALARIALES
(Expresado en Bs)

					APORTE PATRONAL					APORTE LABORAL						
Nº	NOMBRE	HABER BÁSICO	BONO ANTG.	TOTAL COTIZABLE	AFP 1,71%	FONDO SOLIDARIO 3%	FONVI 2%	CNS 10%	TOTAL APORTES	AFP C.I. 10%	AFP RC 1,71%	AFP COMISIÓN 0,5%	FONDO SOLIDARIO 0,5%	TOTAL APORTES	TOTAL APORTES	TOTAL APORTES POR REALIZAR
1	Gerente	1.000,00	0,00	1.000,00	17,10	30,00	20,00	100,00	167,10	100,00	17,10	5,00	5,00	127,10	294,20	1.167,10
2	Contador	815,00	0,00	815,00	13,94	24,45	16,30	81,50	136,19	81,50	13,94	4,08	4,08	103,59	239,77	951,19
3	Panadero	815,00	0,00	815,00	13,94	24,45	16,30	81,50	136,19	81,50	13,94	4,08	4,08	103,59	239,77	951,19
	TOTALES	**2.630,00**	**0,00**	**2.630,00**	**44,97**	**78,90**	**52,60**	**263,00**	**439,47**	**263,00**	**44,97**	**13,15**	**13,15**	**334,27**	**773,75**	**3.069,47**

PLANILLAS DE APORTES DE TRABAJADORES A DESTAJO
(Expresado en Bs)

Nº	NOMBRE	HABER BÁSICO	PRESTACIÓN SERVICIOS	APORTE SOLIDARIO	COTIZACIÓN MENSUAL	PRIMA POR RIESGO COMÚN	PRIMA POR RIESGO LABORAL	COMISIÓN	TOTAL DESCUENTOS	LÍQUIDO
			15,50%	0,50%	10%	1,71%	1,71%	0,50%		
1	Ayudante 1	400,00	62,00	2,00	40	6,84	6,84	2	119,68	280,32
2	Ayudante 2	400,00	62,00	2,00	40	6,84	6,84	2	119,68	280,32
	TOTALES	**800,00**	**124,00**	**4,00**	**80,00**	**13,68**	**13,68**	**4,00**	**239,36**	**560,64**

6. Establecimiento, lanzamiento e inversiones

6.1 Plan de establecimiento

Se estima que en la primera gestión, la empresa trabajará con los requisitos mínimos y una producción menor. La siguiente gestión se procederá a un ajuste, donde se iniciará la búsqueda y apertura de nuevos mercados; de esta manera, el trabajo se incrementará y habrá necesidad de contratar mayor cantidad de trabajadores; paralelamente, durante la segunda gestión se procederá a realizar los trámites de formalización de la empresa ante las instancias pertinentes.

Todo este proceso se estima concluirlo al segundo año, para que a partir de la tercera gestión se expanda la empresa con mayor capacidad de producción.

Al contar con un espacio propio y suficiente, no es necesario en la primera gestión, un lugar más amplio para el desarrollo de las actividades.

6.2 Plan de lanzamiento

Durante la primera gestión, la producción será promocionada zonalmente, se ofrecerá a través de incentivos (calidad del producto), con el objetivo de hacerse conocer en el mercado y tener más distribuidores (a través de intermediarios), con el fin de conseguir mercados más amplios en la ciudad de Cochabamba.

7. Estructura de inversión

Las inversiones se realizarán de acuerdo a todo lo proyectado y por etapas. Al cabo de cinco años se tiene previsto preparar mensualmente 400 empanadas y 4.000 panes.

GESTIÓN 1º - 5º

INVERSIONES	UNIDADES	MONTO (Expresado en $us)	VIDA ÚTIL (Expresado en Años)
Muebles y enseres	-	3.412,00	10
Vajilla	-	166,00	5
Maquinarias y equipos	-	11.489,86	8
TOTAL		**15.067,86**	

Los costos incurridos tanto fijos, como variables son los siguientes:

- Los Costos Fijos mensuales divididos por gestiones:

ÍTEM	MONTO en $US
Gestión 1º y 2º (Por la regularización de la empresa no existen costos fijos)	**0,00**
Gestión 3º, 4º y 5º	**548,86**
Sueldos y salarios (gerente, contador y panadero)	375,71
Beneficios sociales	173,15

Fuente: Elaboración propia, con base en nuevas disposiciones de la legislación laboral

- Los Costos Variables por atención son:

ÍTEM	MONTO en $US
Gestión 1º y 2º	**204,52**
Materia prima (costos de pan, empanadas y queques)	113,23
Gastos personal operadores (2 personas entre panadero y ayudante)	64,29
Viáticos entrega de productos y compras	8,00
Servicios básicos (consumo de luz, agua y telefonía)	13,00
Material de limpieza	6,00
Gestión 3º, 4º y 5º	**549,73**
Materia prima (costos de pan, empanadas y queques)	377,44
Gastos personal operadores (2 ayudantes)	114,29
Viáticos viajes entrega de productos y compras	15,00
Servicios básicos (consumo de luz, agua y telefonía)	20,00
Material de limpieza	10,00
Material publicitario	10,00
Material de escritorio	3,00

* Los costos incluyen los aportes impositivos de consultoría, así como los aportes al Fondo de Pensiones.

Fuente: Elaboración propia.

Balance de Apertura al 01-06-2011 PANADERÍA					
	$US	Bs		$US	Bs
ACTIVO			**PASIVO**		
ACTIVO CIRCULANTE			**PASIVO CIRCULANTE**	0	0
Caja y Bancos	204,52	1.445,96	**PASIVO NO CIRCULANTE**	13.272,38	93.835,7266
ACTIVO FIJO					
Muebles y enseres	3412	24.122,84			
Vajilla	166	1.173,62			
Maquinaria y equipo	11.489,86	81.233,31	**PATRIMONIO**		
			CAPITAL SOCIAL		
OTROS ACTIVOS			Aporte propio	2.000,00	14.140,00
Activos intangibles	0,00	0,00			
TOTAL ACTIVO	**15.272,38**	**107.975,73**	**TOTAL PATRIMONIO**	**15.272,38**	**107.975,727**

7.1 Análisis de liquidez

El análisis de liquidez mide la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo que dispone para cancelar las deudas.

Ratio de liquidez general o razón corriente

El ratio de liquidez general lo obtenemos dividiendo el activo corriente entre el pasivo corriente.

Ratios liquidez panadería					
Periodos	1	2	3	4	5
Activo corriente	204,52	340,87	584,81	532,86	532,86
Pasivo corriente	113,23	188,72	264,21	377,44	377,44
Ratio liquidez	1,81	1,81	2,21	1,41	1,41

Ratio liquidez = Activo corriente/Pasivo corriente

Ratio de liquidez (1) y (2) **= 1,81 Veces**. Esto quiere decir que el activo corriente es 1,81 veces más grande que el pasivo corriente: por lo tanto, por cada unidad monetaria de deuda que tiene la empresa, ésta cuenta con 1,81 unidades monetarias para pagarla, durante las dos primeras gestiones.

Ratio de liquidez (3) **= 2,21 Veces**. Esto quiere decir que el activo corriente es 2,21 veces más grande que el pasivo corriente; por lo tanto, por cada unidad monetaria de deuda que tiene la empresa, ésta cuenta con 2,21 unidades monetarias para pagarla.

Ratio de liquidez (4) y (5) **= 1,41 Veces**. Esto quiere decir que el activo corriente es 1,41 veces más grande que el pasivo corriente; por lo tanto, por cada unidad monetaria de deuda que tiene la empresa, ésta cuenta con 1,41 unidades monetarias para pagarla en las dos siguientes gestiones.

7.2 Análisis de rentabilidad

El análisis de rentabilidad mide la capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa.

En otras palabras, el análisis de rentabilidad mide el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activos o capital.

Rendimiento sobre la inversión

El rendimiento sobre la inversión se la obtiene dividiendo la utilidad neta entre los activos totales de la empresa, para establecer la efectividad total de la administración de producir utilidades sobre los activos totales disponibles.

Rendimiento sobre la inversión = Utilidad neta/Activos totales

Rendimiento sobre la inversión = 12.431,00/15749

Rendimiento sobre la inversión = 0,789 o 78,90%. Quiere decir, que cada unidad invertida en los activos produjo un rendimiento de 78,90% sobre la inversión. Indicadores altos expresan un mayor rendimiento en las ventas y del dinero invertido.

7.3 Cálculo VAN y tasa de descuento (WACC)

Periodos	Inversión inicial	1	2	3	4	5
Flujo neto	-15.159,15	2.993,77	7.816,37	4.834,99	10.428,76	16.453,27

Wacc	
Inversión inicial	15.159,15
Kd	25%
Ke(CAPM)	6%
CCA	2000
D	13272,38
Taxes	25%

$$WACC = 0.06^{*}\frac{2000}{13272.38+2000} + 0.25\ (1-0.25)^{*}\frac{13272.38}{13272.38+2000}$$

WACC= 16.22%

FLUJO INCREMENTAL DEL PROYECTO	VAN	TIR
	9.723,10	35,34%

8. Conclusiones y recomendaciones

Si bien el VAN no es el único instrumento financiero para realizar un estudio de rentabilidad, éste muestra ser uno de los más confiables y utilizados a nivel mundial. Por otro lado, el VAN muestra ser un indicador eficiente cuando se lo utiliza en la toma de decisiones de inversión.

En el caso específico de la panadería, el VAN del proyecto muestra un valor positivo; por lo tanto, el proyecto muestra ser viable y rentable para los inversionistas, razón por la que se recomendaría realizar el proyecto.

RUBRO DE SERVICIOS

EMPRESA DE ATENCIÓN DE EVENTOS SOCIALES

El objetivo de este acápite es presentar a un potencial inversor (en este caso un migrante que decida retornar a Cochabamba o que piense enviar remesas para que su familia o socio las administre e invierta) un campo de trabajo en el rubro de la atención de Eventos Sociales. Para ello se presentan los resultados de una investigación del mercado, se describen las condiciones técnicas para la producción, se plantean programas de comercialización, se estima el monto de inversión y finalmente se analiza la rentabilidad del proyecto.

1. Resumen ejecutivo

Una oportunidad de invertir recursos económicos es constituir una empresa organizadora de eventos "Fiesta", la misma surge luego de haber realizado un estudio de mercado en la ciudad de Cochabamba, particularmente en la zona sur Distrito 14, circunscripción poblacional donde se encontró empresas que prestan servicios diversificados, pero no incluyen el servicio de atención de eventos sociales de tipo familiar, escolar, deportivo y otros.

Una empresa organizadora de eventos debe satisfacer a su cliente desde los requerimientos más sencillos hasta los más complejos; como: organización, invitaciones, ambiente, contratación de servicios especiales (catering relacionado a la dotación de alimentación y bebidas), meseros, entretenimiento (música u otros pequeños espectáculos dentro del evento), dotación de vajilla, mantelería y soporte técnico (fotografía, filmación, amplificación y otros), etc. La idea es que el cliente se desligue de las responsabilidades y los detalles del evento a efectuarse.

En la zona de estudio no existe una competencia directa, puesto que en la mayoría de los casos cada microempresa tiene servicio independiente y particular; sea alquiler de vajilla, alquiler de mesas y sillas, alquiler del local (la vajilla es opcional), servicio de amplificación, fotografía y filmación. Esto se debe a que estos pequeños negocios no crean impacto sobre el público, además de que son administrados de forma empírica, siendo ésta su mayor debilidad.

En los últimos años, la demanda de este rubro ha crecido y es visible, puesto que continuamente se llevan a cabo eventos sociales, en su mayoría familiares, de carácter religioso (bodas, bautizos, confirmaciones, misas), graduaciones, promociones y eventos corporativos

institucionales; siendo estos segmentos definidos como clientes de la empresa organizadora de eventos “Fiesta”.

Una de las fortalezas de la empresa es contar con un equipo multidisciplinario, una marca y ser administrada utilizando técnicas que brindan un servicio de calidad, priorizando la atención del cliente solucionando sus necesidades de forma creativa. Si bien en otros lugares más céntricos de ciudad existen empresas reconocidas y posicionadas en el rubro, la empresa trabajará con el servicio en cadena y ofreciendo precios competitivos.

Una de las debilidades de la empresa es que de inicio no cuenta con un ambiente propio donde celebrar acontecimientos debido a la alta inversión que ello implica, sin embargo, se tiene previsto realizar alianzas estratégicas para ofrecer un servicio integral a sus clientes.

Para montar la empresa se contará con una inversión de 15.842 $us, lo cual contempla inversión en muebles y enseres, vajilla, equipo técnico y transporte, el cálculo toma como base cubrir eventos asistidos por 150 personas promedio.

Durante el primer año de funcionamiento, se tiene previsto realizar por lo menos siete eventos. Se prevé que en el segundo año, la empresa se formalice según normativas del Estado boliviano, esto significa que el mercado y las ventas crecerán gradualmente para asegurar el establecimiento de la empresa.

2. Naturaleza de la idea de negocio

2.1 Antecedentes y justificación

Los eventos sociales resultan ser parte de la vida de todo ser humano. Hay actividades que se desarrollan en el tiempo que permiten hacer interacción social entre las personas, es común asistir a compromisos sociales o actos en especiales como invitado.

Hoy en día la mayoría de las personas por el estrés y carga de trabajo no se dan el tiempo necesario para organizar un acontecimiento, en el caso que deciden hacerlo personalmente se sienten agotados y agobiados dando como resultado que al final no logran disfrutar del acontecimiento; por tanto, el trabajo de una empresa organizadora comienza con la organización previa, el evento mismo y la finalización, el trabajo radica principalmente en la creatividad y conseguir que el evento sea un momento inolvidable lleno de alegría para el clientes y sus invitados.

La organización de eventos es un proceso donde se define el tipo del evento, los encargados y las necesidades relacionadas directamente a la actividad, es aquí donde en primera instancia se diseña, se planifica y luego se desarrolla el evento (congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones)

Sin duda alguna resulta ser una oportunidad de negocios, hoy en día las instituciones buscan algún servicio específico para un evento en particular como seminarios, talleres, promociones, lanzamientos de productos entre otros.

Ventaja comparativa

La industria del sector de eventos sociales en Bolivia va en crecimiento, en los departamentos de Santa Cruz y La Paz existen empresas posicionadas que cuentan con una trayectoria amplia en atención a diversos públicos con diferentes características, tal es el caso de no sólo empresas privadas y con gran reconocimiento en el medio, sino también instituciones públicas. En la ciudad de Cochabamba, este servicio comienza a tener importancia y con ello se inicia la apertura de nuevas empresas.

Calidad de servicio

La empresa organizadora de eventos "FIESTA", se caracteriza por brindar un servicio de calidad, el cual se detalla a continuación:

- ✓ Trato cordial y amable
- ✓ Rapidez en captar la necesidad y gustos del cliente
- ✓ Puntualidad y esmero al momento de prestar cualquiera de sus servicios
- ✓ Seguimiento constante al servicio que se brinda durante el evento
- ✓ Post servicio, evaluación del evento realizado con el fin de identificar la calidad de servicio que percibió el cliente

Ventaja competitiva

Actualmente, existen pequeños negocios que ofertan el servicio de alquiler de vajillas, mesas, sillas y toldos, sin embargo, la forma de administrar es empírica y no consideran ciertos criterios que son de mucho valor al momento de otorgar un servicio, puesto que éste es intangible, todo depende de factores intrínsecos del servicio que se otorga como atención cordial y predisposición inmediata hacia el cliente, además de la dinámica particular del equipo de trabajo.

La empresa organizadora de eventos se caracteriza y diferencia de su competencia directa e indirecta por las siguientes características:

- ✓ Asistencia y servicio con alta responsabilidad al contar con personal calificado.
- ✓ Creatividad e innovación para cubrir todo tipo de eventos sociales.
- ✓ Variedad de opciones que permitan al cliente tener precios establecidos de acuerdo a su presupuesto, sin que esto afecte la calidad del servicio mismo.
- ✓ Uso de recursos publicitarios como banners, volantes y tarjetas personalizadas con el objetivo de abarcar a un mayor número de personas.
- ✓ Buen relacionamiento con los proveedores, los mismos que se caracterizan por su capacidad de respuesta inmediata, su alta calidad e higiene para la elaboración de los alimentos y en otros casos productos innovadores.
- ✓ Administración organizada, la empresa está conformada por un equipo multidisciplinario con el objeto de brindar un servicio de alta calidad superando las expectativas del cliente.

2.2 Características

2.2.1 Nombre del producto

El nombre comercial de la empresa es “FIESTA”, porque expresa la relación social que desarrollará en sus diversas actividades, demostrando las cualidades que este nombre lleva consigo como ser alegría, emotividad y creatividad.

2.2.2 Sector al que pertenece el producto

El sector al que pertenecen todos estos eventos es el de servicios en cuanto a la organización de eventos sociales.

Para realizar este servicio de forma integral es necesario tomar en cuenta ciertas aptitudes como sentido común, facilidad de manejo y respuesta para cualquier tipo de situación, innovación y creatividad.

A continuación, se definen los distintos eventos que suelen cubrir las empresas organizadoras, estos se encuentran clasificados en tres categorías de acuerdo al tipo de público y objeto del evento.

a. Eventos sociales público mayor



- Bodas y aniversarios
- Cumpleaños
- Despedidas de solteros/as
- Fiestas de promoción

b. Eventos para niños y adolescentes



- Cumpleaños infantiles
- Babyshowers y nacimientos
- Bautismos
- Fiestas de 15 años

c. Eventos empresariales



- Lanzamientos de productos y servicios
- Lanzamientos empresariales
- Promoción puntos de venta
- Talleres, paneles, seminarios

2.3 Insumos

Una empresa organizadora de eventos presta sus servicios de acuerdo a la actividad a realizar, y requiere de algunos insumos los mismos se detallan a continuación:

INSUMOS REQUERIDOS PARA EL DESARROLLO DEL SERVICIO

AMBIENTACIÓN/ DECORACIÓN	SOPORTE TÉCNICO	CATERING	EQUIPAMIENTO	OTROS SERVICIOS
- Globos	- Iluminación	- Personal para el servicio	- Vajilla	- Salón
- Cintas	- Equipos Audiovisuales	- Personal para atención de alimentación	- Mantelería	- Transporte
- Flores	- Fotografía y filmación	- Personal para organización	- Mesas y sillas	- Impresiones
- Tules	- Equipamiento musical	- Alimentos (comida)	- Toldos	- Confección de trajes
	- Calefacción	- Bebidas	- Escenarios	- Grupos de entretenimiento
		- Bocadillos		- Peluquería y cosmetología
		- Repostería		- Seguridad

Fuente: Elaboración propia.

2.4 Descripción del negocio

Misión

Brindar un excelente servicio en la organización de eventos, trabajando cada acontecimiento social con seriedad y responsabilidad, desarrollando servicios mayores y nuevas ideas creativas, logrando satisfacer las necesidades, gustos y preferencias del cliente.

Visión

Ser una empresa reconocida y de prestigio, al cabo de cinco años contar con una cartera consolidada de proveedores y clientes. Ser símbolo de confianza, seguridad, diseño y confort para nuestro clientes y lograr expandirse a nuevos y mayores mercados.

Objetivo general

Emprender la actividad en el rubro de servicios, particularmente en la organización de eventos sociales, el mismo tendrá por principio contar con el personal calificado, creativo, dispuesto y motivado para llevar adelante esta actividad.

Objetivos específicos

- ✓ Realizar la inversión mínima para activar el negocio
- ✓ Crear buenas relaciones con nuestros proveedores
- ✓ Contar con un equipo de trabajo comprometido
- ✓ Dar cumplimiento al manual de funcionamiento y responsabilidades
- ✓ Velar por el estado financiero de la empresa
- ✓ Garantizar el desarrollo de planes de trabajo.

2.5 Producto y mercado

A continuación se cita los productos y servicios que brinda:

- ✓ Alquiler de mesas y sillas
- ✓ Alquiler de vajilla y mantelería
- ✓ Servicio de completo de catering
- ✓ Atención de las mesas
- ✓ Alquiler de equipos: data, computadora portátil y otros relacionados al área corporativa

La empresa segmenta su mercado de la siguiente forma:

- ✓ A nivel institucional
- ✓ A público mayor
- ✓ A público menor y adolescente

Tipo de innovación

El objetivo de la empresa es brindar un servicio integral, por cuanto vela cada una de las etapas del servicio contemplando: un pre-evento, contrato del evento, el evento mismo y el post-evento; La empresa hace énfasis en el último, puesto que ahí percibirá el grado de satisfacción del cliente, por cuanto éste será un valor añadido al servicio brindado por parte de la empresa.

Beneficios del producto

La persona, que recibirá el servicio completo, tendrá la posibilidad de deslindar parte de las preocupaciones fundamentales e inquietudes de llevar a cabo una fiesta en manos de una empresa organizadora de eventos.

Característica del servicio

La empresa divide su trabajo de la siguiente forma:

- Pre-evento considerado como una etapa de organización del evento.
- Logística cuyo objeto principal es presupuestar los gastos en los que se incurra, esto dependerá del tamaño del evento.
- En el evento se aplicarán las estrategias para llevar a cabo el desarrollo de forma eficaz y eficiente para que todo lo planificado se cumpla.
- Post-evento, evaluar y medir el grado de satisfacción del cliente.

Sustitutos del producto

Son sustitutos del servicio aquellos negocios pequeños que brindan algún servicio independiente (alquiler de vajillas, mesas, sillas, filmación, etc.

2.6 Localización geográfica

La Organizadora de Eventos "Fiesta" está ubicada en la OTB de Valle Hermoso y cuenta con los servicios básicos de electricidad, telefonía, transporte público, servicio de agua.

La infraestructura del ambiente contará con tres espacios requeridos para llevar a cabo la actividad:

1º Ambiente: Almacén de materiales mesas y sillas
2º Ambiente: Cuenta con tres estanterías para el resguardo de vajilla, mantelería y equipo técnico (computadora portátil, data y ecran)
3º Ambiente: Oficina administrativa y demostrativa

2.7 Análisis del entorno

Debilidades (Internas)

- ✓ Capital limitado para realizar nuevas inversiones
- ✓ Reciente incursión en el rubro
- ✓ No cuenta con un ambiente propio para realizar celebración de acontecimientos
- ✓ Tercerización de servicios al existir una demanda mayor de la prevista

Amenazas (Externas)

- ✓ Competencia desleal, en cuanto a precios
- ✓ Competidores nuevos
- ✓ Inestabilidad política y económica del paí
- ✓ Fluctuación de precios de la materia prima (cristalería, vajillas, mesas, sillas), alto costo de herramientas de trabajo
- ✓ Reglamentación nueva para el sector siendo ésta más restringida

Fortalezas (Internas)

- ✓ Personal motivado y capacitado
- ✓ Disponibilidad tecnológica: herramientas de nueva generación data, ecran, computadora portátil para el apoyo en actividades concretas
- ✓ Calidad en el servicio que brinda
- ✓ Disponibilidad de información sobre mercados y competencia

Oportunidades

- ✓ Aceptación del mercado, por cuanto se realizan continuamente acontecimientos sociales en el transcurso del año.
- ✓ Alianzas estratégicas con empresas que trabajan en el mismo rubro, con el fin de tercializar de servicios si el caso amerita, para brindar un servicio integral al cliente.
- ✓ Fuerte capacidad de negociación con los proveedores.
- ✓ Ser una empresa reconocida en el medio.
- ✓ Acceso a financiamiento.

3. Análisis de mercado

3.1 Análisis de la competencia

La trayectoria de empresas organizadoras de eventos sociales a nivel nacional tiene como líder a los departamentos de Santa Cruz, La Paz y Cochabamba, por cuanto los dos primeros se caracterizan por realizar eventos grandes debido a la actividad social que desarrolla la misma ciudad.

Nuestro objeto de estudio está enfocado a iniciar la actividad de servicio de eventos sociales en el departamento de Cochabamba, a continuación se expone el mercado:

Competencia directa

En el siguiente cuadro se detalla el nombre de las empresas posicionadas en Cercado-Cochabamba, así mismo los segmentos que atienden clasificándose estos en: público mayor, eventos para niños y adolescentes, y eventos empresariales.

Empresa	Público mayor	Eventos para niños y adolescentes	Eventos empresariales
"A&B EVENTOS Y ARTE"	Atiende todo público	Atiende todo Público	Atiende todo público
“VICTORIA EVENTOS SOCIALES Y CORPORATIVOS”	Atiende todo público	Atiende todo público	Atiende todo público
“FIFTEEN”		Atención exclusiva de fiesta de 15 años	
“QUIERO MIS 15”		Atención exclusiva de fiesta de 15 años	
“WEDDINGS”	Atención exclusiva de bodas		
“JV”	Atención exclusiva de bodas		
“GALEZZA CATERING &EVENTOS”	Atiende todo público	Atiende todo público	Atiende todo público
“FAMOSA EVENTOS”	Atención exclusiva de bodas		

Fuente: Elaboración propia con base en datos del mercado de Cochabamba.

Competencia indirecta

Salones de fiestas: La zona céntrica de Cochabamba se caracteriza por concentrar a la mayor cantidad de salones de fiestas, en la zona sur se aprecia una cantidad menor. A continuación se cita los salones de fiesta:

- Centro de Convenciones El Campo (zona central)
- Rosedal (América oeste)
- El Castillo (zona noreste)
- Fiorentina (zona noroeste)
- Glamour (zona sud)
- Salón de Eventos El Rey (zona central)

Servicios independientes: Negocios pequeños que se enfocan en brindar algún servicio en particular, siendo el alquiler de mesas y sillas, vajillas, filmación y fotografía, y otros.

A continuación, se mencionan las características particulares y la variedad comercial (producto, precio, distribución y promoción) del servicio que ofertan las empresas destacadas en el mercado cochabambino:

Producto: Una empresa organizadora de eventos oferta varios paquetes opcionales que están de acuerdo al presupuesto del cliente; pues es éste en última instancia quien decide qué servicios desea, como por ejemplo, salón de fiestas, catering y limosina; o bien el salón de fiestas y catering; o simplemente el salón de fiestas.

“A&B eventos y arte”: Empresa con trayectoria, oferta una variedad de servicios y cuenta con una amplia experiencia en el rubro.

Eventos corporativos	Eventos sociales	Servicios complementarios
- Aniversarios empresariales - Campaña de marketing promocional - Coctel - Congreso y convenciones - Desfiles y exposiciones - Fiestas de fin de año - Inauguraciones - Jornadas de capacitación - Jornadas de trabajo - Lanzamiento de productos - Seminarios - Showrooms y whorkshops	- Bautizos - Matrimonios - Quince Años - Cumpleaños - Aniversarios - Despedidas	- Catering de primer nivel - Mesas de quesos - Esculturas en hielo - Buffets - Cocina nacional e internacional - Organización integral de eventos sociales y corporativos - Musicalizador profesional - Fotografía y video digital - Ambiente climatizado

“Victoria eventos sociales y corporativos”: Es una empresa que se especializa en la organización de bodas, además de eventos sociales varios.

Eventos sociales varios
- Gastronomía. - Organizadores de bodas - Atención de eventos. - Gastronomía. - Alquiler de vajilla. - Alquiler de mobiliario. - Atención de barras (bebida).

“Fifteen” Es una empresa especializada en la organización de fiestas de 15 años. Cuenta con todos los servicios para cubrir este tipo de evento, por lo cual su oferta es amplia:

Eventos de 15 años
1. - Salón, hotel, jardines, casa particular
1. - Armado de toldos y tarimas
1. - Catering
1. - Decoración
1. - Vestido de 15 años
1. - Arreglos florales
1. - Equipamiento
1. - Bebidas alcohólicas
1. - Filmaciones
1. - Fotografía
1. - Invitaciones
1. - Amplificación
1. - Grupos musicales
1. - Vagonetas de lujo - Limousines

“Quiero mis 15”: Esta empresa tiene tres años de experiencia, actualmente es una de las más reconocidas por la juventud, debido a que televisan los eventos cubiertos por la empresa y transmiten en el canal 11 de la ciudad de Cochabamba. Esto les genera audiencia y clientes potenciales. Es una empresa que se caracteriza por su creatividad.

Eventos de 15 años
1. - Organización de la fiesta 1. - Sesiones fotográficas 1. - Mosaico 1. - Banner 1. - Libro de los recuerdos. 1. - Filmación y fotografías del evento 1. - Presentación en pantalla gigante.

“Famosa eventos”: Empresa especializada en bodas y 15 años.

Eventos de bodas y 15 años
- Arreglos florales - Mantelería - Cristalería - Fotografías - Catering - Filmaciones

Precio: El precio del servicio es variable, por cuanto depende del tamaño y de las características propias del evento, así como del número de asistentes.

A continuación, se detalla la oferta de precios de la competencia. Cabe mencionar que las empresas posicionadas en el mercado cobran un precio mayor por el servicio que brindan:

OFERTA DE PRECIOS DE LOS SERVICIOS
COTIZACIÓN - CARACTERÍSTICAS DEL EVENTO MEDIANO – GRANDE

Servicio	Características	Precios Bs	Precios $us
Alquiler del ambiente	150 a 250 personas	2.450 a 4.550	350 a 650
Servicio de amplificación	Equipamiento – luces	1.050 a 2.100	150 a 300
Servicio de atención (garzones)	Jefe de garzón, mas	200 a 300	29 a 43
Servicio de catering	De acuerdo al menú Pu 20 a 35 Bs (250 P.)	5.000 a 8.750	714 a 1.250
Servicio de alquiler de vajilla	Vasos, jarras, hieleras	1.500 a 1.683	214 a 240
Servicio de personal	7 garzones	560 a 770	80 a 110
Alquiler de mantelería	30 mesas, más sillas, mantelería	1.350 a 2.400	193 a 343
Bocaditos	Albóndiga, piernas de pollo, quesos	2.500 a 4.000	357 a 571
Decoración	Globos y flores sencillas	2.500 a 3.500	357 a 500
Servicio de seguridad	2 personas	300 a 450	43 a 64

Fuente: Elaboración propia con base en encuestas realizadas a empresas organizadoras de eventos.

Distribución: La mayoría de la competencia se encuentra en la zona central y norte de la ciudad.

Promoción: Generalmente, en este rubro se ofrecen descuentos dependiendo de la cantidad de asistentes, a mayor cantidad el precio será menor.

3.2 Plan de marketing

El objetivo de la empresa organizadora de eventos "Fiesta" es conseguir un posicionamiento en el mercado y lograr que los clientes estén satisfechos por el servicio integral brindado.

Producto / Servicio

La empresa atiende eventos sociales de carácter familiar, social y corporativo, brindando un servicio de alta calidad en la organización del mismo. Cabe mencionar que al inicio se cuenta con un capital mínimo, por cuanto algunas solicitudes serán cubiertas por medio de la tercerización, teniendo por objetivo brindar un servicio Integral.

A continuación se cita los servicios que brindará:

- ✓ Alquiler de mesas y sillas
- ✓ Alquiler de vajilla y mantelería
- ✓ Servicio de completo de catering
- ✓ Atención de las mesas
- ✓ Alquiler de equipos data, portátil y otros relacionados al área corporativa
- ✓ Organizador de eventos

Al momento de ofrecer sus servicios la empresa brindará:

- ✓ Trato preferente y cordial
- ✓ Atención más rápida
- ✓ Ofertas de paquetes especiales
- ✓ Servicios de acuerdo al presupuesto del cliente
- ✓ Creatividad e innovación
- ✓ Evaluación del evento realizado, para percibir el grado de satisfacción del cliente

Precio

Como la empresa recién será conocida por el mercado de Cochabamba, se aplicará costos inferiores al de la competencia, para introducirse durante los primeros tres meses de adaptación.

Se realizará un descuento de acuerdo al siguiente cuadro:

Servicio	Descuento
Servicio completo (catering, alquiler de vajilla, alquiler del montaje completo, servicio de garzones y equipos)	20 %
Parte de servicio (catering, garzones y equipos)	10 %

El pago por los servicios prestados es al contado, además se solicita una garantía mínima con el fin de prever algunos improvistos, tales como rotura o pérdida de vajilla, entre otros.

Plaza

La empresa organizadora de eventos "Fiesta" se encuentra ubicada en el departamento de Cochabamba, en la zona de Valle Hermoso para la atención al público.

Publicidad y promoción

La empresa utiliza las siguientes estrategias de comunicación hacia el cliente.

Publicidad

- ✓ Visita personal a clientes potenciales
- ✓ Publicación de los servicios que brinda la empresa en guías de búsqueda: guía telefónica, revistas con enfoque empresarial y periódicos
- ✓ Publicidad por medio del Internet
- ✓ En programas de entretenimiento y comerciales.
- ✓ Publicidad por sí misma, al realizar un evento se espera brindar un servicio integral donde el invitado sea el principal protagonista y nuestro próximo cliente

Promoción

- ✓ En épocas bajas incentivar la prestación de servicios a precios económicos
- ✓ Obsequiar tarjetas de presentación a los asistentes de un evento
- ✓ Descuentos para aquellos clientes fieles

Personal

Una de las características de la empresa es que en ella existe una cultura organizacional sana, todo el personal mantiene buenas relaciones de trabajo. El trato que recibe el personal se reflejará en el trato que ellos ofrezcan a los clientes; es por ello que debe existir una dinámica de grupo bien marcada, donde el personal se sienta motivado para desarrollar sus actividades con eficiencia y eficacia.

Proceso

La prestación del servicio inicia una vez que el cliente decide aceptar un paquete opcional de la empresa, es en ese momento donde se construye todo el proceso: de pre-evento, evento y post-evento. A continuación, se detalla todas las actividades concernientes a cada etapa.

Pre-evento

Etapa estructural

- ✓ Investigación: Recopilar información sobre el evento que el cliente desee realizar.
- ✓ Diagnóstico de la situación: evaluación de la información y sus alcances.
- ✓ Oferta de servicios de la empresa.
- ✓ Toma de decisión: Negociación sobre la realización del evento y sus características.
- ✓ Fijar objetivos: Fines a alcanzar en el transcurso del evento.
- ✓ Selección de público: A quienes estará dirigida la actividad. Clasificación. y distribución.

Etapa logística

- ✓ Determinación de acciones: establecimiento de las actividades a desarrollar en el evento y medios a utilizar.
- ✓ Presupuesto: Recursos económicos necesarios.
- ✓ Alternativas opcionales.
- ✓ Calendarización de actividades: Establecer (en papel) fechas, lugares y plazos para realizar cada una de las acciones.
- ✓ Timing: Horarios de cada actividad durante el pre-evento, el evento y el post-evento.

Brief:

Es un documento escrito de la propuesta que resume toda la información esencial, los datos y detalles que se necesitan sobre el evento. Incluye:

- ✓ Objetivos (tipo de evento e intención del mismo)
- ✓ Públicos objetivo (interno/externo, formal/informal, datos demográficos, características culturales)
- ✓ Fecha, hora y lugar
- ✓ Presupuesto
- ✓ Contenido del programa
- ✓ Actividades post evento (encuestas, certificados de asistencia, etc.) en caso de que el evento lo requiera
- ✓ Datos de contacto
- ✓ Información adicional

Evento:

Etapa estratégica

- ✓ Puesta en marcha del plan: día del evento
- ✓ Información y comunicación: durante el evento con todas las personas necesarias para ir estructurando y evitar posible eventualidades.
- ✓ Evaluación: control del desarrollo de las actividades según lo planificado.
- ✓ Corrección: de los desvíos que pudieran surgir.

Post – Evento:

Etapa de Seguimiento

- ✓ Evaluación general del evento realizado

- **Evidencia física**

Para el momento de lanzamiento de la empresa debe contar con materiales informativos:

- ✓ Vallas informativas de publicidad presentadas en los eventos a realizarse
- ✓ Tarjetas de presentación
- ✓ Plegables en medios de transporte y en establecimientos
- ✓ Entrega de volantes de publicidad e informativos

Teniendo un costo aproximado de 200 $us.

Alianzas

De inicio no se cuenta con capital suficiente para realizar la compra de un bien inmueble donde se celebren los acontecimientos, sin embargo, se realizará alianzas estratégicas con propietarios de salones de fiestas, para de esta forma brindar un servicio integral si así lo requiere su cliente.

En caso de ser solicitado un servicio adicional que no pueda ser cubierto por la misma empresa, terciarizará dichos servicios midiendo la calidad y seriedad de los servicios de sus proveedores.

3.3 Demanda

La demanda para este caso debe ser tomada solamente a nivel local, pues el mercado objetivo se mueve dentro del área urbana de la ciudad, de igual manera el mercado objetivo más cercano es el que se encuentra alrededor de donde se establezca la empresa, así que los datos que se tiene en el Distrito 8 son importantes como dato referencial. A continuación, se muestran los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) de la población existente en el área urbana Cochabamba, sin embargo, también se adjunta un cuadro de la cantidad de celebraciones que se atendieron en la Parroquia de Santa Vera Cruz, esto para determinar aproximadamente la cantidad de actividades sociales que se desarrollan en la zona:

POBLACIÓN DEPARTAMENTO DE COCHABAMBA

Departamento y área	2010	Área urbana	Área rural
Total	**10.426.154**	**6.922.107**	**3.504.047**
Cochabamba	1.861.924	1.197.071	664.853

Fuente: INE, proyectada.

CANTIDAD DE CELEBRACIONES REALIZADAS EN LA PARROQUIA DE SANTA VERA CRUZ (DISTRITO 8)

AÑO	BAUTIZOS	BODAS	TOTAL
2007	190	24	**214**
2008	150	91	**241**
2009	218	28	**245**
2010	288	137	**425**
2011	43	21	**64**

Fuente: Parroquia Santa Vera Cruz, marzo 2011.

Considerando que en Cochabamba en el área urbana se tiene una población de 1.197.071 personas, y dentro del Distrito 8 existe un promedio de 200 a 250 celebraciones que se realizan durante un año, o sea, que durante un mes se realizan aproximadamente 16 o 17 bodas y bautizos.

Por tanto, la demanda local aproximada está estimada en 16 actividades de índole social.

3.4 Precios

El precio se determina de acuerdo al presupuesto del cliente, y a algunas condiciones como el número de personas, el salón, el menú, los costos logísticos como las movilidades y otros de promoción y publicidad.

El monto varía de acuerdo al tamaño del evento y si los servicios son contratados de forma integral o separada. En el caso de la primera opción, las ofertas se manejan por paquetes variados, algunas de las empresas las clasifican por A, B, C; por ejemplo, la primera opción denominada del tipo A será de carácter exclusivo puesto que incluirá todos los servicios que el cliente necesite y solicite, la B se caracteriza por ser de media exclusividad restringiendo algunos servicios y la C donde se manejan presupuestos muy justos a los requerimientos básicos del cliente.

3.5 Plan de ventas

El tipo de venta que realiza la empresa organizadora de eventos “Fiesta” es directa debido a su característica particular y tamaño. A continuación se detallan algunos objetivos establecidos:

- ✓ Identificar a aquellas instituciones y familias que realizan acontecimientos frecuentes. Solicitar las fechas próximas de eventos.
- ✓ Ofrecer paquetes especiales de acuerdo a la necesidad y presupuesto del cliente.
- ✓ Contar con una base de datos de fechas festivas e incentivar cada uno de los servicios que brinda la empresa organizadora de eventos.

Fuerza de ventas

Se tiene previsto la contratación de dos personas capacitadas en el área las cuales serán representantes comerciales de la empresa, se espera que tengan vocación de servicio al

cliente, las mismas tendrán metas que cumplir a lo largo del mes, trabajarán por comisión en primera instancia, por ello que de inicio no están contempladas formalmente en el organigrama de la empresa.

Estimaciones de venta

Se tiene proyectado cubrir mínimamente un cierto número de atención de servicios a lo largo de las gestiones, como se detalla a continuación:

Servicio	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de atenciones anuales	7	12	19	24	24

Fuente: Elaboración propia con base en proyecciones del estado financiero de la empresa.

4. Proceso de producción del producto

Para la realización del evento social interviene el equipo múltiple de trabajo.

PROCESO DE PRODUCCIÓN EN LA REALIZACIÓN DEL EVENTO

Definición de actividad	Una vez requerido el servicio, se define el tipo de ambiente, el lugar y el horario, es decir, si es diurno o nocturno
Organización	Aquí es donde se determina el cronograma y el presupuesto para la realización del evento, además de coordinar los permisos concernientes cuando amerite la actividad
Entrega del equipamiento	Cuando ya se tiene definido el lugar y el horario, se procede a la entrega del servicio
Montaje completo	Se procede horas antes al evento, consiste en mantelería, vajilla y equipos tecnológicos necesarios
Decoración o ambientación	Paralelamente realizada la primera etapa del montaje, se procede a la decoración o ambientación del espacio de acuerdo a los detalles elegidos
Recepción de invitados (mozos)	Una vez que se tiene todo listo, se procede a la recepción de los invitados, se los acomoda y atiende para que se sientan cómodos
Atención y desarrollo de la actividad	Durante la actividad debe estar presente un coordinador u organizador del evento para estar pendiente de los detalles y del cronograma establecido. Al mismo tiempo, la atención por parte del personal involucrado en el servicio directo debe estar presente y atento a cualquier requerimiento de los invitados u organizadores

Fuente: Elaboración propia.

4.1 Selección de materia prima

Inicio del proceso productivo

El proceso productivo se inicia con la solicitud del servicio del cliente, el día de la cita, la empresa explica sobre los servicios que ofrece y el cliente determina el tipo de evento que necesita y desea.

Una vez que la empresa organizadora obtiene los datos principales propone una alternativa concretando la segunda entrevista. En esta reunión, se presentan tres propuestas, que incluyan los precios del servicio prestado y extras que podrían interesar. Una vez elegido el paquete/servicio que necesite el cliente, la empresa organizadora inicia su trabajo.

Existen dos puntos sobre los cuáles trabaja la empresa:

Fecha del evento

Es importante trabajar con un mes de anticipación para la preparación del evento o un tiempo propicio para lograr lo planificado; pues existen épocas altas de reservas y solicitudes de atenciones que pueden hacer variar la planificación.

Cantidad de invitados

Se estima un promedio de atención máxima de 150 invitados.

4.2 Maquinaria, equipos y tecnología requerida

Para el desarrollo de la actividad es necesario contar con una movilidad, siendo éste el medio para transportar las mesas, sillas, vajilla y demás equipo.

La empresa organizadora de eventos “Fiesta”, por apertura del negocio cuenta con un capital inicial que cubre un evento máximo de 150 asistentes. A continuación, se detalla la cantidad y costos de los insumos que la empresa requiere para brindar el servicio de alquiler de vajillas, material y equipo, muebles y enseres.

Vajilla	P. Unit. en Bs	Cantidad docena	Total Bs	Total $us
Platos hondos	20.00	12,5	3.000,00	
Platos planos	20.00	12,5	3.000,00	
Vasos refresco	6.00	12,5	900,00	
Vasos de tragos largos y cortos	6.00	12,5	900,00	
Vaso cervecero	4.50	12,5	675,00	
Vaso de vino	4.50	12,5	675,00	
Cuchara	2.30	12,5	345,00	
Cucharilla	1.60	12,5	240,00	
Tenedor	2.30	12,5	345,00	
Cuchillo	2.30	12,5	345,00	
Hielera	25.00	12,5	375,00	
Jarra	60.00	2,5	1.800,00	
Pinza de hielo	17.00	1,25	255,00	
Charola	60.00	0,25	180,00	
Cenicero	5.00	1,25	72,00	
Total			**13.107,00**	**1.872,43**

Maquinaria y equipos	P. Unit. en Bs	Cantidad	Total Bs	Total $us
Horno industrial	11.900,00	2	23.800,00	
Garrafa	259,00	1	259,00	
Cocina	525,00	1	525,00	
Ollas	93,33	6	560,00	
Licuadora	210,00	2	420,00	
Data	2.450,00	1	2.450,00	
Ecran	560,00	1	560,00	
Comp. portátil	2.800,00	1	2.800,00	
Impresora	525,00	2	1.050,00	
Otros	1.050,00	1	1.050,00	
Total			**33.474,00**	**4.782,00**

Muebles y enseres	Precio Unit. en Bs	Cantidad	Total Bs	Total $us
Sillas atención	70,00	150 Unid	10.500,00	
Mesas para 10 rectangulares	750,00	15 Unid	11.250,00	
Tela para mantel (2mts x 15)	910,00	1 Lote	910,00	
Tela para funda silla (1,5 mts x 150)	3.500,00	1 Lote	3.500,00	
Tela para sobremantel mesa y silla	1.400,00	1 Lote	1.400,00	
Total			**27.560,00**	**3.937,14**

Nota: Los cálculos realizados se reflejan en el Balance de Apertura, ver datos financieros de la empresa.

A continuación, se muestra un resumen de los insumos de la empresa respecto a los servicios específicos que brinda.

INSUMOS DE LA EMPRESA ORGANIZADORA DE EVENTOS "FIESTA"

Soporte técnico	Catering	Equipamiento
- Equipos Audiovisuales	- Personal para el servicio	- Vajilla
	- Personal para atención de alimentación	- Mantelería
	- Personal para organización	- Mesas y sillas
	- Alimentos (comida)	
	- Bocadillos	

Fuente: Elaboración propia con base en la estructura del negocio.

Proveedores

La mayoría de los insumos son de industria brasilera, y son proveedores de la empresa las casas comerciales representantes en la ciudad de Cochabamba.

Instalaciones físicas

La infraestructura del ambiente cuenta con tres espacios requeridos para llevar a cabo la actividad:

1º Ambiente: Almacén de materiales mesas y sillas
2º Ambiente: Cuenta con tres estanterías para el resguardo de vajilla, mantelería y equipo técnico (computadora portátil, data y ecran)
3º Ambiente: Oficina administrativa y demostrativa

5. Organización y recursos humanos

La empresa se establecerá formalmente de manera paulatina. En el primer y segundo año se pretende establecer el mercado y perfeccionar el trabajo que se irá desarrollando a lo largo de las siguientes gestiones, con el fin de mejorar las condiciones laborales para los trabajadores. Esto significa que todo el proceso legal se completará al tercer año de la actividad económica.

Una de las características de la empresa será mantener una cultura organizacional sana, donde el personal mantendrá buenas relaciones, puesto que el trato que recibirá se reflejará

en la atención de sus clientes; es por ello que debe existir una dinámica de grupo bien marcada, donde el personal se sienta motivado para desarrollar sus actividades con eficiencia y eficacia.

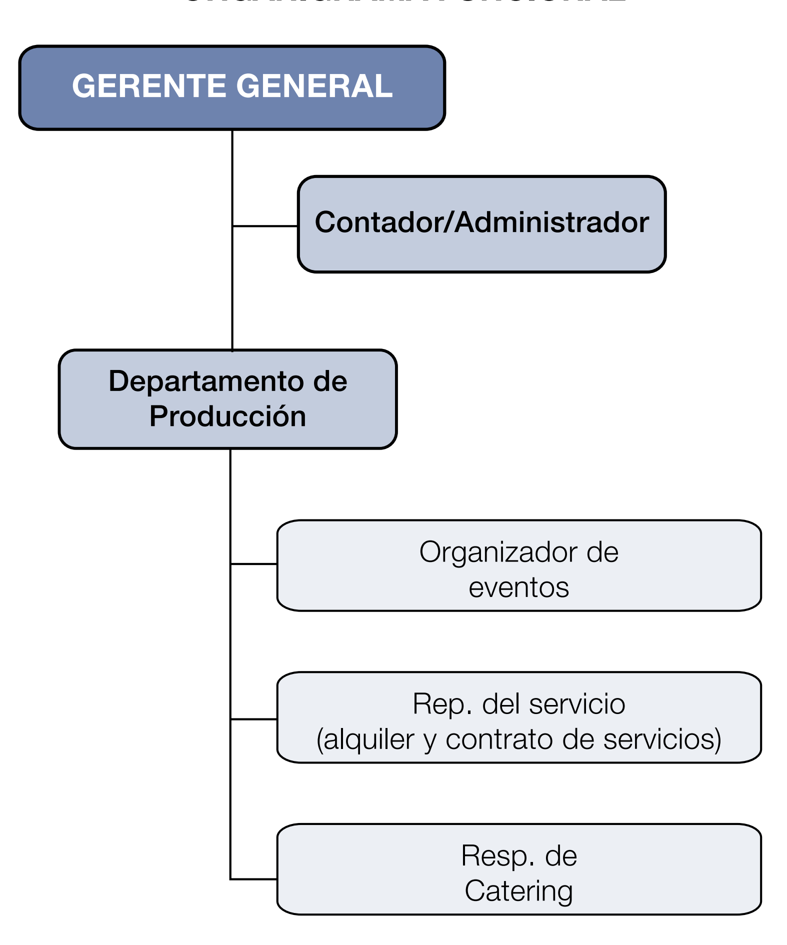
5.1 Aspectos legales

"FIESTA" constituirá una empresa unipersonal, permitiendo de esta forma al propietario destinar una parte de sus bienes a la realización de un determinado negocio para la realización de una actividad comercial y por ende otorgando una responsabilidad limitada.

Para formalizar una empresa en Bolivia se debe cumplir con las leyes que establecen que estén registradas en seis instancias al menos

5.2 Organigrama

La empresa cuenta con un equipo multidisciplinario:



5.3 Descripción de puestos

Puesto	Funciones principales	Responsabilidades	Requerimiento
Gerente	Gestionar la empresa, dando lineamientos. Supervisar al personal.	Dirigir a sus empleados. Redirigir el funcionamiento de la microempresa.	Proactivo, mente amplia, objetivos y metas claras.
Contador/ Administración	Gestionar los ingresos y gastos de la empresa.	Velar por el estado financiero de la empresa y el resguardo de los activos fijos de la empresa.	Conocimiento de normas de contabilidad y administración.
Organizador de eventos	Promocionar los servicios que brinda la empresa. Atender las solicitudes.	Lograr alcanzar metas. Captar clientes. Atención durante el evento. Realizar seguimiento.	Persona servicial. Trabajo bajo presión.
Equipo profesional **Resp. de servicios** **Resp. de catering**	Atender las solicitudes del alquiler de vajillas, mesas y sillas. Elaboración de bocaditos y platos especiales.	Velar por el estado del alquiler de los bienes Atención de catering.	Personas con capacidad y habilidades de acuerdo al requerimiento.

5.4 Condiciones de trabajo

Normas referentes al medio ambiente en 1992, se dictó la Ley 1333 del Medio Ambiente, normativa que incluye la evaluación del impacto ambiental incluidas las disposiciones de defensa y preservación de los recursos naturales. En este punto, se debe tomar en cuenta el efecto contaminante del ruido en caso de usar amplificador, para no infringir normas legales.

La seguridad laboral del personal de la empresa organizadora de eventos deberá considerar los siguientes aspectos:

- ✓ Orden en el lugar de trabajo
- ✓ Respetar la zonificación de los materiales de trabajo
- ✓ Buena postura al momento de manipular las mesas y sillas
- ✓ Evitar realizar movimientos rápidos e inseguros.
- ✓ Crear un ambiente agradable de trabajo
- ✓ Ser cuidadoso al hacer uso de equipos y otros
- ✓ Usar vestimenta de trabajo, para el preparado de catering
- ✓ Seriedad y responsabilidad al realizar cada actividad

De acuerdo al tipo de actividad no existen normas específicas de seguridad, sin embargo, los movimientos del personal deben ser cuidadosos, puesto que el traslado de mesas y sillas requiere un esfuerzo físico.

De acuerdo a las normativas del Estado boliviano se presentan las planillas de aportes salariales.

PLANILLAS DE APORTES SALARIALES

(Expresado en Bs)

					APORTE PATRONAL					APORTE LABORAL								
Nº	NOMBRE	HABER BÁSICO	BONO ANTG.	TOTAL COTIZABLE	AFP 1.71%	FONDO SOLIDARIO 3%	FONVI 2%	CNS 10%	TOTAL APORTES	AFP C.I. 10%	AFP RC 1,71%	AFP COMISIÓN 0,5%	FONDO SOLIDARIO 0,5%	TOTAL APORTES	TOTAL APORTES	TOTAL APORTES POR REALIZAR	AGUINALDO	FINIQUITO
1	Gerente	1.000,00	0,00	1.000,00	17,10	30,00	20,00	100,00	167,10	100,00	17,10	5,00	5,00	127,10	294,20	1.167,10	1.000,00	1.000,00
2	Contador	815,00	0,00	815,00	13,94	24,45	16,30	81,50	136,19	81,50	13,94	4,08	4,08	103,59	239,77	951,19	815,00	815,00
	TOTALES	**1.815,00**	**0,00**	**1.815,00**	**31,04**	**54,45**	**36,30**	**181,50**	**303,29**	**181,50**	**31,04**	**9,08**	**9,08**	**230,69**	**533,97**	**2.118,29**	**1.815,00**	**1.815,00**

PLANILLAS DE APORTES DE TRABAJADORES A DESTAJO

(Expresado en Bs)

Nº	Nombre	HABER BÁSICO	PRESTACIÓN SERVICIOS	APORTE SOLIDARIO	COTIZACIÓN MENSUAL	PRIMA POR RIESGO COMÚN	PRIMA POR RIESGO LABORAL	COMISIÓN	TOTAL DESCUENTOS	LÍQUIDO
			15,50%	0,50%	10%	1,71%	1,71%	0,50%		
1	Coord. Eventos	200,00	31,00	1,00	20	3,42	3,42	1	59,84	140,16
2	Cocinera	230,00	35,65	1,15	23	3,933	3,933	1,15	68,82	161,18
2	Ayud. Cocina 1	100,00	15,50	0,50	10	1,71	1,71	0,5	29,92	70,08
3	Ayud. Cocina 2	100,00	15,50	0,50	10	1,71	1,71	0,5	29,92	70,08
4	Ayud. Cocina 3	100,00	15,50	0,50	10	1,71	1,71	0,5	29,92	70,08
5	Ayud. Cocina 4	100,00	15,50	0,50	10	1,71	1,71	0,5	29,92	70,08
6	Mesero 1	150,00	23,25	0,75	15	2,565	2,565	0,75	44,88	105,12
7	Mesero 2	150,00	23,25	0,75	15	2,565	2,565	0,75	44,88	105,12
8	Mesero 3	150,00	23,25	0,75	15	2,565	2,565	0,75	44,88	105,12
	TOTALES	**1.280,00**	**198,40**	**6,40**	**128,00**	**21,89**	**21,89**	**6,40**	**382,98**	**897,02**

6. Establecimiento, lanzamiento e inversiones

6.1 Plan de establecimiento

- ✓ Tres meses antes de iniciar la actividad se realizará la compra de insumos.
- ✓ La selección del personal se realizará con un mes de anticipación, el mismo será puesto a prueba para verificar las habilidades y capacidades.
- ✓ Un mes antes realizar la inversión en material de publicidad: Banner, afiches, tarjetas, valla, se estima una inversión de 200 $us.

6.2 Plan de lanzamiento

- ✓ Inicio de la actividad comercial
- ✓ Inauguración de la empresa, se invitará a clientes potenciales
- ✓ Promoción de los servicios hacer uso del material publicitario
- ✓ Contacto con personas públicas
- ✓ Asistencia a programas televisivos de entretenimiento
- ✓ Incentivar al personal de ventas mediante comisión por resultados

7. Estructura de inversión

El presente estudio tiene como fin conocer la factibilidad del proyecto, para lo cual se determinó la inversión inicial, los ingresos y egresos, entre otros cálculos, obteniendo la utilidad del período. Dicho estudio ha sido proyectado a cinco años con la finalidad de analizar las variaciones que presentan durante este plazo.

Las inversiones se realizarán de acuerdo a lo proyectado y por etapas. Para la primera gestión, se tiene previsto atender un evento social cada dos meses, para la última gestión se atenderá dos eventos mensuales; a continuación se presentan los cuadros detallados de forma general por gestiones:

GESTIÓN 1º - 5º

Inversiones	Monto (Expresado en $us)	Vida útil (Expresado en años)
Muebles	250,00	10
Enseres	3.937,14	10
Vajilla	1.872,86	5
Maquinarias y equipos	4.782,00	8
Vehículo	5.000,00	15
Total	**15.842,00**	

El resumen del los costos unitarios por vajilla, maquinaria y equipo se encuentra detallado en insumos del servicio de la empresa.

Los costos tanto fijos, como variables son los siguientes:

- Los Costos Fijos mensuales divididos por gestiones:

Ítem	Monto en $us
Gestión 1º y 2º (Por la regularización de la empresa no existen costos fijos)	**0,00**
Gestión 3º, 4º y 5º	**378,78**
Sueldos y salarios (gerente y contador)	259,29
Beneficios sociales	119,49

Fuente: Elaboración propia, con base en nuevas disposiciones de la legislación laboral.

Una de las características de la mayoría de las microempresas en Bolivia es que generalmente se legalizan una vez transcurrido cierto tiempo, debido a que están en etapa de adaptación, por cuanto en el siguiente plan se estable el tercer año (momento de la formalización), por lo que no se cuenta con gastos fijos al primer y segundo año.

- Los Costos Variables por atención son:

Ítem	Monto en $us
Gestión 1º y 2º	**576,83**
Materia prima (incluye el servicio de catering)	321,83
Gastos personal operadores (10 personas promedio, entre cocinera, garzones, ayudantes de cocina, coord. evento)	150,00
Viáticos entrega de productos y compras	20,00
Servicios básicos (consumo de luz, agua y telefonía)	20,00
Material de limpieza	15,00
Material publicitario	50,00
Gestión 3º, 4º y 5º	**644,86**
Materia prima (incluye el servicio de catering)	350,00
Gastos personal operadores (8 personas promedio, entre cocinera, garzones y ayudantes de cocina)	182,86
Viáticos viajes entrega de productos y compras	20,00
Servicios básicos (consumo de luz, agua y telefonía)	22,00
Material de limpieza	15,00
Material publicitario	50,00
Material de escritorio	5,00

* Los costos incluyen los aportes impositivos como consultoría, así como los aportes al Fondo de Pensiones

Fuente: Elaboración propia.

Los cálculos proyectados asumen la organización de un evento asistido por 150 participantes.

Presupuestos

A continuación se procede a prorratear Activos Fijos según los años de vida útil durante las cinco gestiones siguientes.

CÁLCULO DE LAS DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS

Descripción	Monto Gestión 1-5	Vida útil	1	2	3	4	5	Valor resd. Total
Muebles	250,00	10	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	125,00
Enseres	3.937,14	10	393,71	393,71	393,71	393,71	393,71	1.968,57
Vajilla	1.872,86	5	374,57	374,57	374,57	374,57	374,57	0,00
Maquinarias y equipos	4.782,00	8	597,75	597,75	597,75	597,75	597,75	1.793,25
Total	**10.842,00**	**33,00**	**1.391,04**	**1.391,04**	**1.391,04**	**1.391,04**	**1.391,04**	**3.886,82**

Fuente: Elaboración propia.

BALANCE DE APERTURA AL 01-10-2009 ORGANIZADORA DE EVENTOS ¨FIESTA¨					
	$us	Bs		$us	Bs
ACTIVO			**PASIVO**		
ACTIVO CIRCULANTE			**PASIVO CIRCULANTE**	0	0
Caja y Bancos	471,83	3335,84	**PASIVO NO CIRCULANTE**	13313,83	94128,7781
ACTIVO FIJO					
Muebles y Enseres	4187,14	29603,08			
Vajilla	1872,86	13241,12			
Maquinaria y Equipo	4782	33808,74	**PATRIMONIO**		
Vehículos	5000	35350	**CAPITAL SOCIAL**		
OTROS ACTIVOS			Aporte Propio	3000	21210
Activos Intangibles	0	0			
TOTAL ACTIVO	**16313,83**	**115338,78**	**TOTAL PATRIMONIO**	**16313,83**	**115338,78**

ESTIMACIONES DE VENTAS ANTERIORES

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de atenciones anuales	7	12	19	24	24

ESTIMACIONES DE VENTAS NUEVAS

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de atenciones anuales	13	18	22	24	24

PRESUPUESTO COSTO INGRESOS

Año	0	1	2	3	4	5
Programa	**0%**	**30%**	**50%**	**70%**	**100%**	**100%**
Precio		1160,00	1160,00	1301,00	1301,00	1301,00
Nº de Eventos		13	18	22	24	24
Ingreso		15080	20880	28622	31224	31224
Costo Fijo		0	0	4545,36	4545,36	4545,36
Costo Variable Total		7498,79	10382,94	14230,92	15524,64	15524,64
Costos Totales		**7498,79**	**10382,94**	**18776,28**	**20070**	**20070**
Activos Corrientes		471,83	471,83	732,86	532,86	532,86
Pasivos Corrientes		150	150	182,86	182,86	182,86
Capital de Trabajo		321,83	321,83	550	350	350
Δ KT.		**321,83**	**0**	**228,17**	**-200**	**0**

FLUJO DE CAJA OPERATIVO

Año	0	1	2	3	4	5
Programa	**0%**	**30%**	**50%**	**70%**	**100%**	**100%**
Ingresos		15080	20880	28622	31224	31224
Impuesto 3%		0	0	858,66	936,72	936,72
Costo Total		7498,79	10382,94	18776,28	20070	20070
Depreciaciones		1.724,37	1.724,37	1.724,37	1.724,37	1.724,37
Interés		2.529,63	2.182,94	1.770,39	1.279,44	695,22
Utilidad Bruta		3327,21	6589,75	5492,3	7213,47	7797,69
Impuesto 25%		0,00	0,00	1373,075	1803,3675	1949,4225
Utilidad Neta		3327,21	6589,75	4119,23	5410,10	5848,27
Depreciaciones		1.724,37	1.724,37	1.724,37	1.724,37	1.724,37
Inv. Fija	**-16.163,83**					
Inv. Dif.	0			200		
Δ KT		0	228,17	-200	0	0
Valor Residual						7.220,15
Rec. KT						350
Préstamo						
Amortización		1.824,66	2.171,35	2.583,90	3.074,85	3.659,07
Flujo Neto	**-16.163,83**	**3226,92**	**5914,60**	**3259,70**	**4059,62**	**11483,72**

7.1 Análisis de liquidez

El análisis de liquidez mide la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas.

Ratio de liquidez general o razón corriente

El ratio de liquidez general lo obtenemos dividiendo el activo corriente entre el pasivo corriente.

Ratios Liquidez					
Periodos	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Actico Corriente	471,83	471,83	732,86	532,86	532,86
Pasivo Corriente	150,00	150,00	182,86	182,86	182,86
Ratio Liquidez	3,15	3,15	4,01	2,91	2,91

Ratio liquidez = Activo Corriente/Pasivo corriente

Ratio de liquidez (1) y (2) **= 3,15 Veces**. Esto quiere decir que el activo corriente es 3,15 veces más grande que el pasivo corriente; por lo tanto, por cada unidad monetaria de deuda que tiene la empresa, ésta cuenta con 3.15 unidades monetarias para pagarla para las dos primeras gestiones.

Ratio de liquidez (3) **= 4,01 Veces**. Esto quiere decir que el activo corriente es 4,01 veces más grande que el pasivo corriente: por lo tanto, por cada unidad monetaria de deuda que tiene la empresa, esta cuenta con 4,01unidades monetarias para pagarla.

Ratio de liquidez (4) y (5) **= 2,91 Veces**. Esto quiere decir que el activo corriente es 2,91 veces más grande que el pasivo corriente; por lo tanto, por cada unidad monetaria de deuda que tiene la empresa, esta cuenta con 2,91unidades monetarias para pagarla durante las dos siguientes gestiones.

7.2 Análisis de rentabilidad

El análisis de rentabilidad mide la capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa.

En otras palabras el análisis de rentabilidad mide el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activos o capital.

Rendimiento sobre la inversión

El rendimiento sobre la inversión se lo obtiene dividiendo la utilidad neta entre los activos totales de la empresa, para establecer la efectividad total de la administración para producir utilidades sobre los activos totales disponibles.

Rendimiento sobre la Inversión = Utilidad Neta/Activos Totales

Rendimiento sobre la Inversión = 2495,41/14589.46

Rendimiento sobre la Inversión =0.1710 o 17.10% Quiere decir, que cada unidad invertida en los activos produjo un rendimiento de 17.10% sobre la inversión. Indicadores altos expresan un mayor rendimiento en las ventas y del dinero invertido

7.3 Calculo VAN y Tasa de Descuento

Valor Actual Neto

El método de Valor Actual Neto (VAN) es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con la inversión inicial. Cuando el resultado del VAN es mayor a 0 se considera prudente invertir en el proyecto en cuestión, cuando éste es menor a 0 se considera no realizar el proyecto, finalmente en el caso que éste de un valor igual a 0 se es indiferente entre invertir o no en el proyecto.

Puede considerarse también la interpretación del VAN, en función de la Creación de Valor para la Empresa:

- Si el VAN de un proyecto es Positivo, el proyecto Crea Valor, por ende es factible realizarlo.
- Si el VAN de un proyecto es Negativo, el proyecto Destruye Valor, por ende NO es factible realizarlo.
- Si el VAN de un proyecto es Cero, el Proyecto No Crea ni Destruye Valor.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$\text{VAN} = \sum_{t=1}^{n} \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Donde:

$_t$: representa los flujos de caja en cada periodo t
I_0: es el valor del desembolso inicial de la inversión
n: es el número de períodos considerado
K: representa la tasa de descuento
V_t: representa los flujos netos del proyecto

Tasa de descuento

Para el cálculo de la tasa de descuento se utilizará el método del WACC (Costo Promedio Ponderado del Capital), dado que el proyecto en cuestión es financiado parcialmente por deuda bancaria y otra parte por aporte propio de los accionistas, el mejor método para estimar la tasa de descuento es la del costo promedio ponderado del capital (WACC) por sus siglas en inglés.

La fórmula del WACC está dada por:

$$WACC\ (cpp) = K_e \frac{CAA}{CAA + D} + K_d(1 - T)\frac{D}{CAA + D}$$

Donde: WACC: Weighted Average Cost of Capital (Promedio Ponderado del Costo de Capital)
Ke: Tasa de costo de oportunidad de los accionistas. Generalmente se utiliza para obtenerla el método CAPM
CAA: Capital aportado por los accionistas
D: Deuda financiera contraída
Kd: Costo de la deuda financiera
T: Tasa de impuesto a las ganancias

CÁLCULO VAN Y TASA DE DESCUENTO (WACC)

Periodos	Inversión Inicial	1	2	3	4	5
Flujo Neto	-16.163,83	3226,92	5914,6	3259,695	4059,6225	11483,72

WACC	
Inversión Inicial	16.163,83
Kd	25%
Ke(CAPM)	11%
CAA	3000
D	13.313,83
Taxes	25%

$$WACC = 0.11 * \frac{3000}{13313.83+3000} + 0.25\ (1-0.25) * \frac{13313.83}{13313.83+3000}$$

WACC= 17.79%

FLUJO INCREMENTAL DEL PROYECTO	VAN
	0

8. Conclusiones y recomendaciones

Si bien el VAN no es el único instrumento financiero para realizar un estudio de rentabilidad, éste muestra ser uno de los más confiables y utilizados a nivel mundial. Por otro lado, el VAN muestra ser un indicador eficiente cuando se lo utiliza en la toma de decisiones de inversión. Si bien el proyecto cuenta con flujos positivos a partir del segundo periodo, estos son demasiado bajos con relación a la inversión, razón por la cual se recomienda como mínimo incrementar el número de eventos a realizar como muestra la siguiente figura:

SERVICIO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de atenciones anuales	13	18	25	32	35

De esta forma, los ingresos se incrementan de manera considerable, generando flujos monetarios suficientes para cubrir la inversión propuesta. Una vez realizados dichos ajustes, el VAN presenta un valor de O donde no se crea ni destruye valor.

APÉNDICE I

FORMALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS



INTRODUCCIÓN

Este apéndice está destinado a ilustrar el procedimiento para “formalizar una empresa, es decir, colocarla dentro los marcos legales, las disposiciones gubernamentales y municipales que rigen al sector productivo.

Esta guía es necesaria porque la experiencia muestra que en Bolivia y en Cochabamba la mayor parte de los emprendimientos de las micro, pequeña y mediana empresas se inician fuera de la normativa, en razón de su alto costo, el exceso de reglamentaciones, trámites, la corrupción o la ineficiencia de la burocracia encargada.

Sin embargo, una empresa no puede ni debe permanecer por mucho tiempo en el limbo, por los riesgos que corre y porque su propietario inversionista debe comportarse como un ciudadano que cumple y acata la normativa del sector.

1. Contenido

1.1. ¿Qué significa formalizar una empresa?

Formalizar una empresa significa acreditar que la misma tiene derechos y responsabilidades comerciales, para con los consumidores, clientes y hasta la misma sociedad; las mismas que son conferidas al o (los) representante(s) legal(es) mediante las leyes que rigen en el país. Esta situación es similar a cuando una persona obtiene su cédula de identidad, pues eso amerita que el ciudadano exista y tenga derechos como obligaciones dentro del territorio.

1.2. Leyes y reglamentos que norman el funcionamiento de las empresas

El formalizar una empresa implica cumplir con los trámites de inscripción, registros y operación que la ley establece, según el tipo de empresa y de acuerdo a la actividad a la que se dedica.

Entre los aspectos más importantes, una empresa formal debe contar con la patente de comercio, cumplir con el pago de impuestos y las regulaciones de operación que tienen que ver con aspectos laborales, sanitarios y de protección al medio ambiente.

De esta manera, por ejemplo, según la nueva Constitución Política del Estado Plurinacional establece en el Artículo 47 que cualquier persona tiene el derecho de dedicarse a alguna actividad económica lícita que no perjudique al bien colectivo; además, que en el Artículo 52 se reconoce y garantiza el derecho de la libre asociación de los ciudadanos para la conformación de una empresa.

De igual manera, al momento de la constitución de una empresa las leyes y regulaciones que norman las responsabilidades están establecidas en el Artículo 25 del Código de Comercio Boliviano; asimismo, las normas procedimentales en los diversos casos en la conformación de asociaciones que dispone el mismo Código de Comercio, de igual menara existen otras leyes, decretos y reglamentos específicos según la actividad a la que se dedique la empresa y otras que profundizan en la materia a la que se desea dedicar. Por ejemplo, el **Código Tributario** regula todo lo concerniente a los impuestos, la **Ley Reglamentaria de Marcas de Fábrica** establece las regulaciones que rigen las marcas y patentes. Algunas normas específicas que regulan los aspectos sanitario y de innocuidad; más adelante se detallarán algunas de estas

instituciones que norman desde el peso hasta la calidad de la entrega de los productos o servicios.

1.3. Las ventajas de formalizar una empresa

Hoy en día el mundo es cada vez más competitivo, por lo que formalizar una empresa brinda ventajas y estabilidad tanto a la misma como al empresario. Formalizar una empresa es actuar dentro del marco de las leyes del país.

El Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, y el Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones consideran nuevas promociones y apoyo al fomento de las empresas. por medio de la Estrategia Nacional de Economía Solidaria y Comercio Justo, que pretende generar una economía solidaria por medio de cuatro componentes: el comercio justo, la tecnología, la incidencia política y los sistemas financieros adecuados, todos con el fin de fortalecer la economía y con ello las empresas.
Podríamos nombrar algunas de las ventajas de formalizar una empresa:

- Adquiere un valor de credibilidad y confianza.
- La imagen de ética y responsabilidad otorga un valor agregado a sus productos o servicios.
- Posibilidad de expansión en el futuro a mercados internacionales y así ser más competitiva.
- Mayores posibilidades de créditos y financiamientos.
- Mayores posibilidades de asegurar los bienes muebles e inmuebles en caso de riesgos.
- Contratos legales con clientes y proveedores.
- Se evita sanciones y riesgos por no cumplir la ley.
- Mayor seguridad para los propietarios como los trabajadores.
- Conocimiento del rendimiento de inversiones a través de la evaluación económica de los resultados contables.

1.4. Tipos de empresas

Las empresas pueden diferenciarse de acuerdo al origen de su capital, ya sean privadas o públicas, o por su tamaño en pequeñas, medianas o grandes; también por su actividad pueden ser industriales, comerciales o de servicios, y por su forma jurídica con sociedad anónima, sociedad limitada o cooperativa, etc.

- **Privadas:** Son aquellas en las que el capital es propiedad de inversionistas privados y la finalidad de la empresa es el lucro. Estas pueden variar según su estructura, actividad o tipo societario:

  Estructura:

  - **Pequeñas empresas:** Consideradas aquellas que tienen menos de 50 trabajadores.
  - **Medianas empresas:** Aquellas que tienen entre 50 y 250 trabajadores.
  - **Grandes empresas:** Son las que tienen más de 250 trabajadores.

  Actividad:

  - **Industriales:** Su actividad primordial es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas.
  - **Comerciales:** Son intermediarias entre el productor y el consumidor, su función principal es la compra-venta de productos terminados.
  - **De servicios:** Aquellas que brindan un servicio a otras empresas o a la sociedad, éstas pueden tener fines lucrativos o no.

  Tipo societario, según el Código de Comercio:

  - **Sociedad colectiva:** Es una sociedad que actúa y responde frente a terceros como una persona diferente a la de los socios que la componen, realiza actividades bajo una razón social unificada, de igual manera cuando existe alguna deuda son los socios que responden para cubrir el capital social.
  - **Sociedad en comandita simple:** Es una sociedad de tipo personal con una característica de coexistencia de socios colectivos, los cuales responden ilimitadamente a las deudas sociales.
  - **Sociedad de responsabilidad limitada:** En esta sociedad el capital aportado es limitado y por tanto las deudas no responden al patrimonio personal de socios.
  - **Sociedad Anónima (S.A.):** Se caracteriza porque el capital está dividido en acciones y la responsabilidad de los socios queda limitada al monto de las acciones que hayan suscrito.
  - **Sociedad en comandita por acciones:** Esta sociedad está compuesta por uno o varios socios que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidaria a las obligaciones sociales
  - **Acción accidental o de cuentas en participación:** Sociedad donde una

persona toma parte de los negocios comerciales de otros, de esa manera va aumentando la potencialidad financiera mediante sus bienes o sus obras; así las utilidades y pérdidas se dividen con un interés común.

- **Públicas: Son empresas en las que el capital pertenece al Estado y cuya finalidad es generalmente satisfacer necesidades sociales.**

2. ¿Cómo formaliza un negocio?

La empresa debe estar registrada como mínimo en las instituciones que la ley contempla, nombradas a continuación:

DIAGRAMA DE FORMALIZACIÓN DE EMPRESAS



Fuente: www.tramites.gov.bo/crear.html

2.1 Instancias obligatorias por ley

Las leyes bolivianas tienen por norma que las empresas estén registradas al menos en seis instancias.,

2.1.1 Fundación para el Desarrollo Empresarial (FUNDEMEPRESA)

La Fundación para el Desarrollo Empresarial (FUNDEMEPRESA) es una institución sin fines de lucro que administra el Registro de Comercio de Bolivia.

El Registro de Comercio es el instrumento público oficial que otorga la Matrícula de Comercio que posibilita la visibilidad, reconocimiento y valorización de todos los emprendimientos que realizan actividades comerciales en el país, estos pueden ser de servicio, comercio, y/o industria; así como el registro de los actos, contratos y documentos que establece la normativa.

A continuación, se detallan los atributos del registro:

- Es incluyente, porque promueve la incorporación de los diferentes agentes económicos sin importar su tamaño, actividad económica o ubicación geográfica.
- Es accesible, porque facilita la permanencia, inclusión y acceso de todo tipo de empresarios a través de la simplificación de sus procesos.
- Es útil, porque ofrece servicios y/o productos que satisfacen las necesidades y expectativas de clientes impulsando iniciativas que logren la satisfacción.
  Este procedimiento cuida el nombre comercial, pues al inscribir con una determinada razón social se llena un formulario denominado de homonimia que permite que el nombre no sea duplicado en otras instancias posteriores.

El Manual de Procedimientos de Trámites del Registro de Comercio de Bolivia está vigente a partir del 2 de mayo de 2005 y fue aprobado por la Superintendencia de Empresas mediante Resolución Administrativa SEMP N° 0205/2004.

CUADRO DE COSTOS Y TRÁMITES

		Arancel Vigente en Bs			Formularios/plazo	
		Unipersonal	S.R.L.	S.A.		
Canasta 1	**Reserva de razón social**	**78.00**	**136.50**	**175.00**	**Formulario**	**Plazo**
	Control de homonimia o consulta de nombre				0010/03	1 día hábil
Canasta 2	**Actividades de iniciación**	**260.00**	**455.00**	**584.50**	**Formulario**	**Plazo**
	Inscripción				0020/10	1 día hábil

Fuente: FUNDEMPRESA.

2.1.2 Servicios de Impuestos Nacionales (S.I.N.)

El Servicio de Impuestos Nacionales (S.I.N.) es la entidad que trabaja con el tema impositivo, enfocando sus actividades a mejorar la eficiencia en la administración tributaria, así como a desarrollar cualitativamente el servicio al contribuyente, dotar de transparencia al funcionamiento del conjunto de la administración tributaria e incrementar la conciencia tributaria ciudadana.

El impuesto es la contribución en dinero que los ciudadanos realizan al Estado, a fin de que éste pueda cumplir funciones en servicio de la colectividad, es uno de los medios principales por los que el Gobierno obtiene ingresos para la economía de un país, con el propósito de invertir en educación, salud, justicia y seguridad ciudadana.

El Número de Identificación Tributaria (NIT) se obtiene cuando una persona, empresa, sociedad u organización desea iniciar una actividad económica; una vez tomada la decisión, estos deben inscribirse en el Padrón Nacional como contribuyentes del Régimen General y obtener su NIT.

Los requisitos para acceder al NIT son los siguientes:

a. Persona natural (Unipersonales)

- Documento de identidad (original y fotocopia)
- Factura de luz (original y fotocopia)

b. Personas jurídicas

- Testimonio de la Escritura de Constitución de la sociedad
- Poder representante legal (original y fotocopia)
- Documento de identidad representante legal (original y fotocopia)
- Preaviso o factura de luz del domicilio fiscal y del domicilio del representante legal (original y fotocopia)

Los documentos que se entregan en el SIN por la inscripción son los que siguen:

- Certificado de Inscripción con el NIT: Es el documento que acredita la inscripción al Padrón Nacional de Contribuyentes y contiene las obligaciones tributarias asignadas en función a la información declarada, como las Actividades (principal y secundarias), el Carácter de la Entidad (P. Jurídicas), las Características Tributarias y los Impuestos declarados.



NIT

RÉGIMEN GENERAL

CERTIFICADO DE INSCRIPCIÓN
PADRON NACIONAL DE CONTRIBUYENTES

NIT: 323734314-025
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: LUXOR MINERA S.A.

DATOS GENERALES:
DOMICILIO FISCAL: AV HERNANDO SILES NO 5512. EDIF. EMANUEL PISO 5 DEPTO. 8 ZONA MIRAFLORES
DEPENDENCIA: LA PAZ — ALCALDIA: LA PAZ
GRAN ACTIVIDAD: MINERAS — CIERRE DE GESTION FISCAL: SEPTIEMBRE
ACTIVIDAD PRINCIPAL: EXPLOTACION DE MINERALES — Nº SUCURSALES: 20
ACTIVIDADES SECUNDARIAS: TRANSPORTE DE MATERIA PRIMA PARA MINERIA, RECOLECCIÓN DE RESIDUOS MINERALES
REPRESENTANTE LEGAL: LORA LOPEZ JUAN CARLOS
OBLIGACIONES:

[illegible]	CONSOLIDACIÓN DE ANTICIPOS AL IUE - SECTOR MINERO - ALTA [illegible] - ANUAL
[illegible]	IMPUESTO COMPLEMENTARIO A LA MINERIA - ALTA [illegible] - ANUAL
[illegible]	IMPUESTO SOBRE UTILIDADES DE EMPRESAS SECTOR MINERO - ALTA [illegible] - ANUAL
IUE-27	IMPUESTO SOBRE LAS UTILIDADES DE LAS EMPRESAS - ALTA [illegible] - ANUAL
[illegible]	IMPUESTO SOBRE LAS UTILIDADES DE LAS EMPRESAS - ALTA [illegible] - ANUAL
RC IVA-98	RC IVA AGENTES DE RETENCION - ALTA [illegible] - MENSUAL
ICE-115	IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIFICOS - ALTA [illegible] - MENSUAL
[illegible]	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO PAGO - ALTA [illegible] - MENSUAL
[illegible]	IMPUESTO A LAS TRANSACCIONES - ALTA [illegible] - MENSUAL

FECHA DE INSCRIPCION AL PADRON [illegible]
FECHA DE EMISIÓN DEL CERTIFICADO [illegible]

IMPUESTOS NACIONALES

ACLARACIÓNES SOBRE LAS OBLIGACIONES DEL CONTRIBUYENTE

- De acuerdo a la actividad económica declarada en su formulario de Empadronamiento, la Administración Tributaria determinó que adicionalmente le corresponden las siguientes obligaciones:

IUE - 27 IUE - 80 RC IVA - 98

- Las siguientes obligaciones NO coinciden con su actividad económica, sin embargo fueron declaradas en su formulario de empadronamiento, por tanto está obligado a su cumplimiento en los plazos y formas establecidas, hasta que proceda a su regularización.

ICE - 115

ACUSE RECIBO Nº 20-0023-085

NOMBRE O RAZON SOCIAL: LUXOR MINERIA S.A.
Nº MEDIDOR DOMICILIO FISCAL: 0123456789 — Nº MEDIDOR DOMICILIO HABITUAL: 0123456789
DOMICILIO FISCAL: AVENIDA HERNANDO SILES NRO. 512, EDIFICIO EMANUEL PISO 5 DEPTO. 8 ZONA MIRAFLORES EN PLENA ESQUINA ADYACENTE AL EDIFICIO MIRAMAR (COLOR GUINDO)
DOMICILIO HABITUAL: CALLE VILLALOBOS NRO. 1810, EDIFICIO MURILLO PISO 10 DEPARTAMENTO 8, ZONA MIRAFLORES, AL FRENTE DE INTI

PADRON NACIONAL DE CONTRIBUYENTES
LOS MISMOS DERECHOS Y OBLIGACIONES PARA TODOS

- Documento de Exhibición NIT: Documento que debe ser exhibido permanentemente por el contribuyente en un lugar visible de su establecimiento comercial.



NIT
NUMERO DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA

REGIMEN GENERAL

NIT: 349865468583
CONTRIBUYENTE: LUXOR MINERA S.A.
DOMICILIO FISCAL: AV. HERNANDO SILES 5512 EDF. EMANUEL PISO 5 DPTO. 8 ZONA CENTRAL - LA PAZ
GRAN ACTIVIDAD: MINERAS

EXIJA SU FACTURA

IMPUESTOS NACIONALES

- Volante: Mediante este volante se recuerda las fechas de vencimiento para el pago de impuestos mensuales.



VENCIMIENTOS

NIT

NUMERO DE IDENTIFICACION TRIBUTARIA

ATENCIÓN!!!

La implementación del NIT, implica un cambio en el número de su registro tributario, por tanto, las fechas de vencimiento que le correspondian de acuerdo al RUC, pueden ser diferentes a las fechas de vencimiento en función del NIT.

Tome en cuenta estos cambios, verificando su posible nuevo vencimiento en la siguiente tabla:

Fechas de vencimientos mensuales en función al último digito del Número de Identificación Tributaria NIT			
Ultimo digito del NIT:	0	Vencimiento hasta el dia:	13
	1		14
	2		15
	3		16
	4		17
	5		18
	6		19
	7		20
	8		21
	9		22

El vencimiento de las siguientes obligaciones permanece sin variación:

- Las obligaciones tributaria trimestrales, vencen hasta el dia 20 del mes siguiente al trimestre cumplido (Ej. Enero - Febrero - Marzo hasta el 20 de abril)
- La obligaciones anuales vencen 120 dias posteriores al cierre de la gestión fiscal.

En caso de que los vencimientos fuesen en día inhábil, estos se prorrogarán hasta el primer día hábil siguiente.

IMPUESTOS NACIONALES

www.impuestos.gov.bo Línea gratuita 800 10 34 44

Una vez obtenidos estos documentos, el contribuyente debe presentar mensualmente los siguientes formularios:

a) IVA (Impuesto al Valor Agregado), este formulario grava:

- Las ventas de bienes muebles
- Los contratos de obras
- La presentación de servicios
- Alquiler y sub alquiler de bienes muebles e inmuebles
- Importaciones definitivas

El pago de este formulario lo realizan las personas naturales o jurídicas que realicen las operaciones mencionadas anteriormente. Su alícuota es del 13%, los formularios a ser llenados son el Formulario 200 Impuestos al Valor Agregado y la Boleta de Pago 1000, esta última sólo en caso de retraso e incumplimiento a la presentación del primer formulario; la fecha de pago de este impuesto es mensual y en función a la terminación del NIT; el mecanismo de control de este impuesto es a través de la emisión de facturas.

Para la obtención del talonario de facturas, por primera vez, se debe presentar el documento (original y fotocopia) de identidad del titular o representante legal. Para la dosificación posterior sólo hace falta la presentación del documento de identidad en las ventanillas del SIN. A continuación un formato de las características y el llenado de la factura comercial:

CARACTERÍSTCAS DE UNA FACTURA

Fuente: Servicio Nacional de Impuestos Internos.

b) IT (Impuesto a las Transacciones), este formulario grava el ingreso bruto obtenido por el ejercicio de cualquier actividad lucrativa o no.

El pago de este formulario lo realizan las Personas Naturales o Jurídicas que realicen actividades económicas, la alícuota es del 3% del monto de la transacción. El formulario a ser llenado es el Formulario 400 Impuesto a las Transacciones, el pago es mensual en función a la terminación de su NIT.

c) IUE (Impuesto a las Utilidades de las Empresas), grava la utilidad neta (Utilidad Bruta menos gastos deducibles) y lo pagan las empresas públicas y privadas, inclusive las unipersonales.

La alícuota es del 25% sobre utilidades netas, los formularios que se presentan son el Formulario 500 y el Formulario 510; para este caso el pago es anual, 120 días posteriores al cierre de su gestión fiscal. El cierre es al 31 de diciembre de cada gestión, debiendo efectuarse la liquidación y pago del impuesto hasta el 29 de abril.

d) RC-IVA (Régimen Complementario al Impuesto al Valor Agregado), grava:

- Sueldos y salarios de los dependientes
- Jornales sobresueldos, horas extras, bonos, dietas, etc.

Lo pagan todos los empleados del sector público o privado a través del Agente de Retención, siendo su alícuota del 13% sobre la diferencia de los ingresos y las deducciones permitidas. El Formulario es el 608 (Agente de Retención), en caso de no tener retenciones, no es necesaria la presentación.

2.1.3 Alcaldía de Cochabamba

La Alcaldía de Cochabamba es la encargada de otorgar los trámites de Licencia de Funcionamiento que se realizan en las Ventanillas Únicas ubicadas en cada una de las comunas que conforman el Gobierno Municipal, teniendo una vigencia de dos años, con un costo de Bs 45.00 (Bolivianos cuarenta y cinco 00/100).

La Patente es básicamente un impuesto, así como la licencia, es un permiso que permite el funcionamiento legal de un negocio ante el municipio, pues a través de ella se crea información y ésta a la vez se traduce en el desarrollo.

Los pasos a seguir son los siguientes:

a) Identificar la comuna a la que pertenece
b) Cumplir con los requisitos según la actividad económica
c) Codificación: zona-distrito-subdistrito-manzano
d) Programación de inspección (técnica, ambiental, higiene)
e) Cancelación del valorado de impresión y asignación del número de trámite. Con un costo de Bs 10.00 (Bolivianos diez 00/100)

Las actividades económicas se dividen en categorías según Ordenanza Municipal Nº 4030:

- Categoría I: discotecas, laboratorios, etc.
- Categoría II: salón de belleza-peluquería, servicios de hospedaje, salud, educación, consultorios dentales, institutos técnicos, farmacias, internet, cafetería, broasterías, pensiones, *snacks,* restaurantes, etc.
- Categoría III: Tiendas de barrio, agencia de viajes, boutique, joyerías, venta de repuestos, comercio en general, consultoras, etc.

f) Antes de otorgar la licencia de funcionamiento, el gobierno municipal efectuará una inspección para verificar condiciones técnicas (conexiones de gas, luz, agua, etc.); ambientales (ruidos); laborales (ambiente de los trabajadores); condiciones de higiene y salubridad.

La duración del trámite se divide según categoría:

- Categoría I: De tres a cuatro días. Inspección técnica, ambiental, higiene, plano de funcionamiento, plano de aprobación de la propiedad; según el tipo de actividad.
- Categoría II: De dos a tres días. Inspección técnica, ambiental, higiene, plano de funcionamiento, plano de aprobación de la propiedad; según el tipo de actividad.
- Categoría III: Promedio un día. No requiere inspección alguna.

La patente a pagar se calcula de acuerdo a un clasificador de actividades económicas ya sea por la ubicación, la extensión de la empresa o negocio en metros cuadrados y el tipo de actividad económica.

2.1.4 Caja Nacional de Salud (C.N.S.)

La Caja Nacional de Salud es el conjunto de entidades, instituciones y organizaciones públicas y privadas que prestan servicios de salud bajo la regulación del Ministerio de Salud y Deportes (M.S.D.), esto por medio de la afiliación a la seguridad social a corto plazo, para lo cual debe cotizar la empresa por cada trabajador el 10% del salario; el asegurado y sus beneficiarios (esposa o conviviente, hijos, padre, madre) acceden a la atención en las Cajas de Salud y por tanto cuentan con los seguros de enfermedad, maternidad y riesgo profesional con prestaciones en dinero y en especie.

La cobertura del seguro es a corto plazo, para el trabajador afiliado, para el(a) esposo(a) o conviviente inscrita en los regímenes de las Cajas de Salud que viva en el hogar del asegurado(a) y/o a sus expensas, reconocido por la Comisión de Prestaciones, para los hijos dentro y fuera del matrimonio hasta los 19 años o 25 si se encuentran estudiando, sean solteros, dependan del asegurado y no trabajen, o sin límite de edad si son declarados inválidos por la Comisión de Prestaciones.

Para los hijos entre los 19 y 25 años sólo cubre el 50% del costo de las prestaciones, también a los padres del asegurado siempre y cuando dependan de éste y no perciban ninguna renta; de igual manera, se incluyen como beneficiarios aquellos hermanos que cumplan con las mismas condiciones que los hijos, siempre y cuando sean huérfanos de padre y madre.

Las empresas se deben afiliar a la Caja Nacional de Salud en el plazo máximo de cinco días a partir de la iniciación de sus actividades y cuando adquiera legalmente la calidad de Patrono, mediante el Formulario AVC-01 "AVISO DE AFILIACIÓN DEL EMPLEADOR" de conformidad al código de Seguridad, Reglamento y disposiciones legales en vigencia.

Requisitos para la afiliación de empresas:

1. Form. AVC-01 (vacío)
2. Form. AVC-02 (vacío)
3. Form. RCI-1A (vacío)
4. Carta dirigida a la Jefatura del Departamento de Afiliación
5. Fotocopia C.I. de la Persona Responsable o Representante Legal
6. Fotocopia N.I.T.
7. Balance de apertura aprobado y sellado por el Servicio Nacional de Impuestos Internos (fotocopia)
8. Testimonio de constitución si la empresa se encuentra en sociedad (fotocopia)
9. Planilla de haberes original y tres copias(sellado y firmado)
10. Nómina del personal con fecha de nacimiento
11. Croquis de la ubicación de la empresa
12. Examen pre-ocupacional
13. Inventario de bienes en caso de no tener balance de apertura

2.1.5 Fondo de Pensiones

El Fondo de Pensiones en Bolivia hasta la gestión 2010 estaba administrado por entidades privadas, a partir de 2011 se decide que la administración sea transferida a una Gestora de Seguridad Social de Largo Plazo que es dependiente del Gobierno, de acuerdo a los Artículos 148 y 149 de la Ley Nº 65, argumentando que se deben mejorar las rentas de jubilación de los trabajadores que ganan menos. Sin embargo, en el Artículo 177 de la Ley Nº 65 determina que existirá un periodo de transición donde las funciones y obligaciones de las entidades privadas seguirán ejerciendo.

De todas formas, la nueva valoración de esta Ley no afecta al trabajo que se ha realizado mediante los Fondos de Pensiones, donde la afiliación es la relación jurídica que se produce entre una persona y el Seguro Social Obligatorio (SSO).

El registro es el acto que determina la contratación de servicios, por parte de una persona a una Afiliación de Fondo de Pensiones (AFP), y el NUA es el Número Único Asignado a toda persona para ser registrada a una AFP.

Las obligaciones del afiliado ante la AFP para su registro son las siguientes:

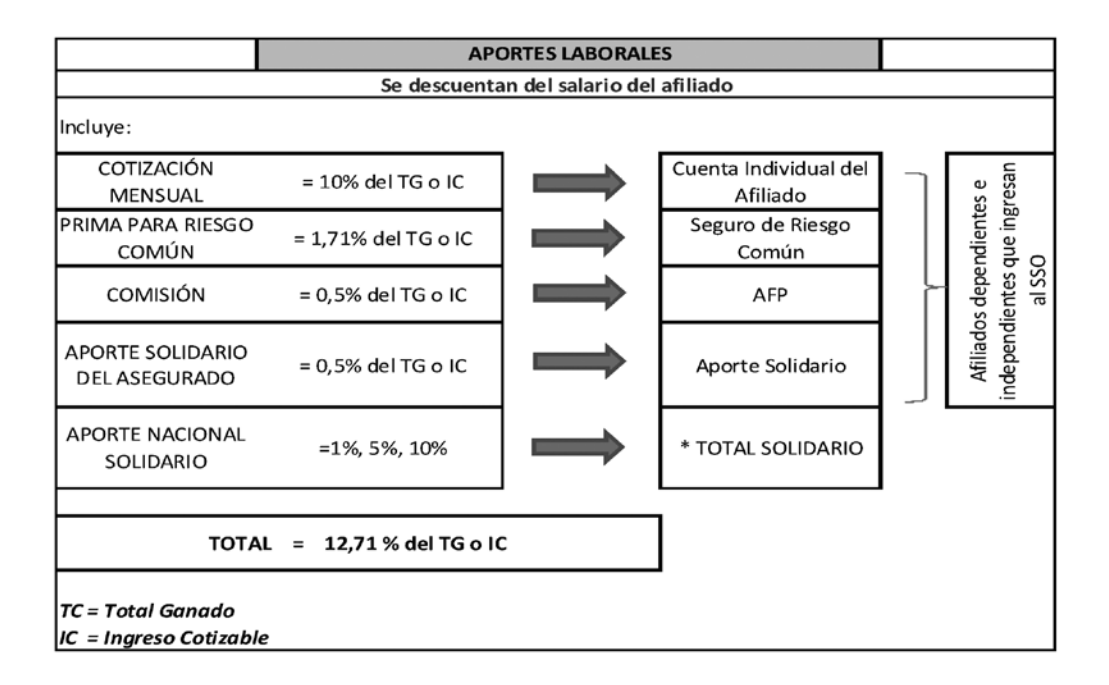
- Registrarse a una sola AFP en un plazo máximo de 10 días de iniciada su relación laboral.
- Llenar debidamente el Formulario de Registro, sin enmendaduras, tachaduras u omisiones, sin manchas ni borrones adjuntando la fotocopia de su documento de identidad.
- Llenar el Formulario de Declaración de Derechohabientes.
- Exigir a la AFP su NUA 30 días después de llenado el Formulario de Registro.
- Comunicar a la AFP cualquier modificación en sus datos de registro.

Los empleadores tienen la obligación de:

- Llenar, firmar y presentar a las AFP el Formulario de Inscripción del Empleador través de su Representante Legal. Si el Empleador contribuye por sus dependientes a ambas AFP, tiene que llenar éste en cada AFP.
- A la presentación del Formulario, deben adjuntar el Testimonio de Poder actualizado que acredite la representación legal, cuando corresponda.
- De acuerdo al Decreto Supremo N°29537 del 1° de mayo de 2008, todos los empleadores que no hubieran llenado, firmado y suscrito el Formulario de Inscripción del Empleador al SSO serán sujetos a una multa equivalente a 500 UFV a ser cobradas por el Ministerio de Trabajo.

El Empleador paga las contribuciones al SSO de todos sus dependientes y deben ser canceladas hasta el último día hábil del mes siguiente de devengados los sueldos y salarios de sus trabajadores o empleados, pues el Fondo de Pensiones constituye una declaración jurada por parte del Empleador. A continuación los cuadros de la SSO muestran las retenciones y el proceso de las contribuciones.

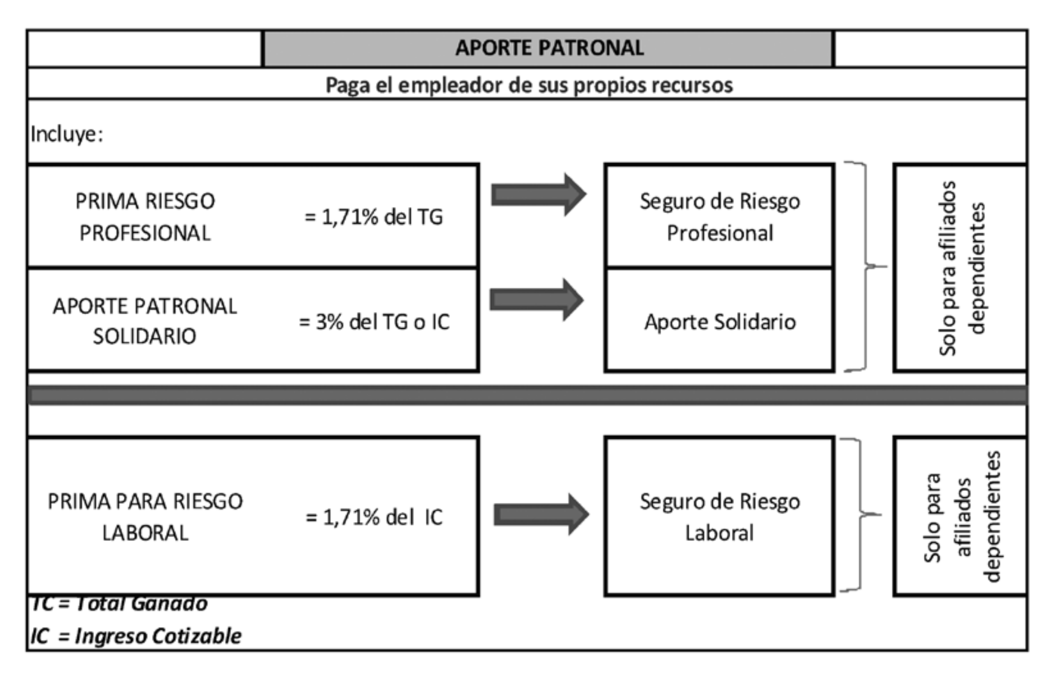
CONTRIBUCIONES AL SSO



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones de Bolivia.

* Cabe mencionar que el dato del Total Solidario es sólo en caso de que el dependiente tenga un salario mayor a Bs 13.000 (Bolivianos trece mil 00/100), y los cálculos de los descuentos son a partir de este monto con un descuento del 1% (de la diferencia entre el total de ingresos menos Bs 13.000); del 5% (de la diferencia entre el total de ingresos menos Bs 25.000); y del 10% (de la diferencia entre el total de ingresos menos Bs 35.000).

¿EN QUÉ CONSISTE LAS CONTRIBUCIONES AL SSO?



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones de Bolivia.

El Estado de Cuenta es el documento que las AFP deben enviar a sus afiliados para informarles sobre:

- El dinero que tienen acumulado para su jubilación.
- Las primas de Riesgo Común y Profesional que le servirán en casos de invalidez o muerte.

Los riesgos del empleador en mora son:

- Anotación preventiva de bienes.
- Congelamiento de las cuentas bancarias.
- Arraigo del representante legal.
- Y una vez dictada la sentencia judicial el embargo y remate de los bienes del deudor.

El Art.52 de la Ley de Pensiones establece que: "Serán sancionadas *penalmente* las personas que incurran en el siguiente delito: Apropiación indebida (según el Art. 345 del Código Penal) en el caso que el empleador retenga montos de las cotizaciones, primas y otros recursos destinados al financiamiento de prestaciones del SSO".

El Empleador deberá pagar los *recargos* cuando alguno de sus dependientes es declarado inválido o fallece. El recargo es el monto de dinero que servirá para pagar la prestación por muerte o invalidez del afiliado y sus derechohabientes, que *hubiera sido cubierta por el seguro de RC* en caso de estar al día en sus pagos.

2.1.6 Ministerio de Trabajo

Las atribuciones del Ministerio de Trabajo Empleo y Previsión Social se basan en el Decreto Supremo Nº 29894 (Estructura Organizativa del Órgano Ejecutivo del Estado Plurinacional), las mismas que son:

- Proteger y garantizar el trabajo en condiciones dignas tanto a nivel comunitario, estatal, privado y social, considerando la equidad laboral, en ingresos y medio ambiente; así como la igualdad de oportunidades.
- Garantizar la inserción y estabilidad laboral de la población, considerando la equidad de género y las personas con discapacidad.
- Promueve y garantiza el acceso al trabajo e inamovilidad laboral de las mujeres en estado de gestación, así como el del progenitor, hasta que el hijo cumpla un año de edad.

- Protege la relación laboral emergente de la actividad económica de las pequeñas unidades productivas tanto urbana, como rural.
- Erradica el trabajo forzoso o cualquier forma de explotación.
- Genera políticas y programas para la erradicación gradual del trabajo de niños(as) y adolescentes.
- Garantiza el derecho de los trabajadores a la libre sindicalización y organización para la defensa de sus intereses.
- Promueve y garantiza la libre asociación de empresarios y agentes productivos.
- Impulsa, reconoce y garantiza el derecho a la negociación colectiva, en el marco del diálogo
- Promueve y vigila el cumplimiento de la Legislación Nacional y los Convenios Internacionales en materia de su competencia.
- Cumple y hace cumplir las normas laborales y sociales en el marco del trabajo digno.
- Promueve políticas de prevención de enfermedades profesionales y acciones de trabajo, asimismo la difusión y el cumplimiento de normas laborales, de seguridad y salud ocupacional.
- Promueve el diálogo social, la concertación como mecanismos de consolidación de la relación laboral.

Todas las empresas registradas deben estar inscritas en el Ministerio de Trabajo, pues ésta es la instancia que vela por los trabajadores; por tanto, las regulaciones son obligatorias para grandes, medianas y pequeñas empresas, no importa que éstas cuenten con uno o más dependientes, a continuación las regulaciones que se deben cumplir:

- Registro Obligatorio del Empleador (R.O.E.), éste debe tramitarse ante el Ministerio de Trabajo en las Jefaturas Departamentales y Regionales al interior del país según D.S.29894-D.S.288-R.M.704/09.
- Registro de asistencia según Art.41 D.R.L.G.T.
- Libro de registro de accidentes
- Presentar obligatoriamente planillas trimestrales, ante el Ministerio de Trabajo
- Contar con un plan de seguridad ocupacional y bienestar manual de Primeros Auxilios según Art. 3 L.G.H.S.O.B.
- Conformar comités de acuerdo a la Ley General de Higiene Seguridad Ocupacional y Bienestar, si cuenta con más dependientes.
- Registro a largo plazo de sus dependientes ante la AFP´s (Ley de Pensiones)
- Registro a corto plazo de sus dependientes a la CNS (Caja Nacional de Salud)
- Presentación de contratos de trabajo ante el Ministerio de Trabajo.

- Presentación de contratos de trabajo de trabajadores extranjeros por cuenta propia o cuenta ajena ante el Ministerio de Trabajo.
- Presentación de finiquitos sellados ante el Ministerio de Trabajo.
- Presentación de solicitudes de homologación de convenios salariales y laborales.
- Se debe contar con un reglamento interno de trabajo cuando tenga más de 20 dependientes.

La actualización del ROE debe realizarse cada semestre sobre cualquier cambio en el centro laboral, apertura de sucursales, cambio de razón social, cierre temporal, cambio de represente legal, cambio de dirección o cualquier otro.

El Registro Obligatorio de Empleadores debe consignar la cantidad de trabajadores dependientes, tanto en las centrales, como en las sucursales, la modalidad del trabajo que desarrollan, el género, la edad, la nacionalidad, el nivel salarial, si son personas con discapacidad y grado de formación profesional. Esta información tendrá calidad de declaración jurada para efectos de ley.

Requisitos:

a) Formulario ROE llenado y firmado por el representante legal de la institución, original y dos copias.
b) Boleta de depósito bancario de Bs 80.00 (Bolivianos ochenta 00/100) a nombre del Ministerio de Trabajo.
c) Los empleadores que ya se encuentren inscritos deben presentar el certificado de inscripción, no debiendo realizar depósito alguno.
d) La información contenida en el formulario de registro obligatorio de empleadores tiene calidad de Declaración Jurada, una vez registrada la empresa al Ministerio tiene la obligación de actualizar la información contenida en el ROE.
e) Se debe cumplir con la presentación del formulario de aviso de novedades de empleadores cuando exista cierre temporal o definitivo de la empresa, o cualquier tipo de cambio.
f) Todo empleador debe contar obligatoriamente con mecanismos de control de asistencia aprobado por el Ministerio de Trabajo para lo cual debe presentar solicitud de apertura del libro de Asistencia a la Jefatura de Trabajo con un depósito de Bs 30.00 (Bolivianos treinta 00/100).
g) Todo empleador debe contar con el libro de registro de accidentes, el mismo que debe ser presentado junto con las planillas cada trimestre a la Jefatura de Trabajo.

Serán pasibles a la aplicación de sanciones por infracción a leyes sociales quienes incumplan lo dispuesto por el D.S. Nº 288 y del Art. 223, 237 C.P.T.

2.2 Otras instancias importantes

2.2.1 Registro y Certificación de Innocuidad Alimentaria (SENASAG)

El área de Registro y Certificación tiene por objeto garantizar la inocuidad de alimentos en tramos productivos y de procesamiento que correspondan al sector agropecuario y realizar la Certificación de la Inocuidad de productos alimenticios para consumo, exportación e importación, tales como:

- Inspección y control
- Registro y certificación
- Servicios analíticos
- Capacitación y educación
- Legislación alimentaria
- Gestión y coordinación
- Apoyo del sector productivo

El objetivo del registro sanitario es emitir el aval correspondiente a las empresas que cumplen con los requisitos sanitarios en vigencia y contar con una base de datos actualizada que permita el monitoreo y seguimiento de las mismas.

Las empresas que están sujetas al Registro Sanitario son las siguientes:

- Procesadoras de alimentos y bebidas (industriales, semi-industriales, artesanales)
- Importadoras
- Fraccionadoras y envasadoras

Las empresas no sujetas al Registro Sanitario son:

- Lugares de expendio de alimentos.
- Servicios de alimentación.

Los alimentos y bebidas pre envasados deberán sujetarse a la normativa de etiquetado, en vigencia.

El Registro Sanitario es el aval emitido por el SENASAG a las empresas del rubro alimenticio que cumplen los requisitos sanitarios vigentes, la misma contiene la información general de la empresa, de igual manera lleva la información de los productos que ésta elabora, fracciona e

importa, y faculta a la empresa o titular del registro a: producir, fraccionar, envasar, importar, distribuir y comercializar el producto en el mercado para el que se otorgó el registro.

Los requisitos son:

a) Llenado de formulario de solicitud Funcionario I.A.

Nº 12751

SENASAG BOLIVIA

Solicitud de REGISTRO SANITARIO de Empresas del Rubro Alimenticio

Código Documento UNIA - REG - FORM - 001

Fecha:

Número de Solicitud

Jefatura Dist.	Nº Secuencia	Año

DATOS DE LA EMPRESA

Nombre o Razón Social:

Dirección:

Manzano:	U.V./Zona:
Provincia:	Ciudad:
e-mail:	País:
Teléfono:	Fax:

NIT:

Zonas en planta (almacenes):

Nivel de comercialización: Local ☐ Nacional ☐ Habilitación para Exportación ☐

DATOS DEL SOLICITANTE

Nombre:

Relación con la empresa o cargo:

Firma:	C.I. Nº:

(Área a ser llenada por el personal autorizado)

CLASIFICACION DE LA EMPRESA

CLASIFICACION: Industrial ☐ Semi Industrial ☐ Artesanal ☐ Importadora ☐ Fraccionadora ☐



Solicitud de
REGISTRO SANITARIO
de Empresas del Rubro Alimenticio

Código Documento
UNIA - REG - FORM - 001

Nº 12751

GRUPO DE ALIMENTOS		CÓDIGO	CAP. DE PROD. O ALMACENAMIENTO	Nombre: / Marca:
				Fabricante (Importadoras)
INGREDIENTES			Vida Útil:	Dirección Fáb. (Importadoras)
			Cond. de Almacenamiento:	Observaciones (Gral.):
ADITIVOS	REFER.	gr/Kg.		

GRUPO DE ALIMENTOS		CÓDIGO	CAP. DE PROD. O ALMACENAMIENTO	Nombre: / Marca:
				Fabricante (Importadoras)
INGREDIENTES			Vida Útil:	Dirección Fáb. (Importadoras)
			Cond. de Almacenamiento:	Observaciones (Gral.):
ADITIVOS	REFER.	gr/Kg.		

GRUPO DE ALIMENTOS		CÓDIGO	CAP. DE PROD. O ALMACENAMIENTO	Nombre: / Marca:
				Fabricante (Importadoras)
INGREDIENTES			Vida Útil:	Dirección Fáb. (Importadoras)
			Cond. de Almacenamiento:	Observaciones (Gral.):
ADITIVOS	REFER.	gr/Kg.		

GRUPO DE ALIMENTOS		CÓDIGO	CAP. DE PROD. O ALMACENAMIENTO	Nombre: / Marca:
				Fabricante (Importadoras)
INGREDIENTES			Vida Útil:	Dirección Fáb. (Importadoras)
			Cond. de Almacenamiento:	Observaciones (Gral.):
ADITIVOS	REFER.	gr/Kg.		

b) El funcionario del SENASAG llena el Registro en el libro de seguimiento Funcionario I.A. y designa al inspector
c) El inspector toma un acta y muestra sobre:
* Inspección de Buenas Prácticas de Manufactura en Proceso de Alimentos.
* Inspección de Buenas Prácticas de Manufactura en Almacén y Cámaras Frigoríficas.
* Toma de muestras de productos.
d) Llenado del libro de seguimiento
e) Archivo y seguimiento de compromisos de formulario de conformidad a la inspección.
f) Elaboración de informe y remisión al área nacional de registro
g) Emisión de certificado de Registro Sanitario, se derivan los expedientes, verifican y se elabora el informe técnico.

2.2.2. Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI)

El Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI) fue creado en marco de la Ley Nº 1788 de 16 de septiembre de 1997 (Ley de Organización del Poder Ejecutivo-LOPE), como un órgano desconcentrado del Ministerio de Desarrollo Económico (ahora Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural).

La estructura orgánica fue establecida en primer lugar por el D.S. Nº 25159 (4 de septiembre de 1998) y fue modificada por el D.S. Nº 27938 (20 de diciembre de 2004) y D.S. Nº 28152 (17 de mayo de 2005). Creada para registrar las marcas y patentes tanto de empresas como de instituciones.

El registro de marcas está entendido como cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado; mientras que el registro de patentes e invención se refiere a las creaciones del hombre que sean nuevas, tengan nivel inventivo y tengan aplicación industrial, y el registro de diseños industriales es el diseño industrial, la apariencia particular de un producto que resulte de cualquier reunión de líneas, combinación de colores o de cualquier forma externa bidimensional o tridimensional, línea, contorno, configuración, textura o material, sin que cambie el destino o finalidad de dicho producto.

Los requisitos para registrar como Propiedad Industrial son los siguientes:

- Requisitos Signos Distintivos
- Requisitos Patentes de Invención y Nuevas Tecnologías
- Requisitos Modelos de Utilidad
- Requisitos Diseño Industrial
- Requisitos Circuitos Integrados
- Requisitos Oposiciones

Para registrar las marcas y patentes sólo se necesita llenar una solicitud en oficinas de SENAPI, el costo es de Bs 750.00 (Bolivianos setecientos cincuenta 00/100), este registro tiene una vigencia de 10 años para la marca y para la patente de 20 años.

2.2.3 Servicio Nacional de Verificación de Exportaciones (SENAVEX)

SENAVEX es una entidad pública desconcentrada, creada por D.S. 29847 de 10 de diciembre de 2008, con sede en la ciudad de La Paz y oficinas regionales en todo el territorio nacional, bajo dependencia directa del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural con dependencia funcional del Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones.

Consideraciones generales:

Mediante el Artículo 6 del D.S. N° 29847 se crea el RUEX, dentro de la estructura del SENAVEX, para la inscripción y habilitación de las unidades productivas y/o comercializadoras para la exportación.

El RUEX es el registro que certifica que una determinada persona natural o jurídica cuenta con los requisitos exigidos para ser exportador.

Los requisitos que debe presentar el exportador para su inscripción al RUEX son:

a) Empresa Unipersonal:
   - Certificado de Inscripción al Padrón Nacional de Contribuyentes (NIT).
   - Matricula de Comercio.
   - Número de Identificación Minera -NIM (si el caso lo requiere).
   - Datos de la empresa y de los productos a exportar (Formulario de Datos RUEX S-SNV/SERV/P 301 F03).
   - Cédula de identidad del representante legal y/o apoderado.

b) Sociedad Anónima, Sociedad Colectiva, Sociedad de Economía Mixta, Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedad en Comandita por Acciones, Sociedad en Comandita Simple, Sociedades Constituidas en el Extranjero:
   - Certificado de Inscripción al Padrón Nacional de Contribuyentes (NIT).
   - Matricula de Comercio.
   - Número de Identificación Minera -NIM (si el caso lo requiere).
   - Testimonio de constitución de la empresa.
   - Testimonio de poder notarial que acredite al representante legal.

- Datos de la empresa y de los productos a exportar (Formulario de Datos RUEX S-SNV/SERV/P 301 F03).
- Cédula de identidad del representante legal y/o apoderado.

c) Administración Pública
- Certificado de Inscripción al Padrón Nacional de Contribuyentes (Número de Identificación Tributaria NIT).
- Número de Identificación Minera -NIM (si el caso lo requiere).
- Norma de creación de la entidad pública.
- Documento oficial de designación de la Máxima Autoridad Ejecutiva.
- Datos de la empresa y de los productos a exportar (Formulario de Datos RUEX S-SNV/SERV/P 301 F03).
- Cédula de identidad del representante legal y/o apoderado.

d) Asociaciones Gremiales, Federaciones, Cooperativas y Organizaciones No Gubernamentales:
- Certificado de Inscripción al Padrón Nacional de Contribuyentes (NIT).
- Número de Identificación Minera -NIM (si el caso lo requiere).
- Documento que acredite su personería jurídica.
- Documento que acredite al representante legal.
- Datos de la empresa y de los productos a exportar (Formulario de Datos RUEX S-SNV/SERV/P 301 F03).
- Cédula de identidad del representante legal y/o apoderado.

En caso de actualizaciones o renovaciones, se deberá presentar una copia fotostática del RUEX anterior y de la documentación que no se encuentre vigente a la fecha; y en caso de ser necesario el Formulario de Datos.

En los casos que el representante legal otorgue Poder Notarial a un apoderado para realizar este tipo de trámite deberá adjuntar copia del mismo.

El Registro Único de Exportador tiene una vigencia de un año calendario a partir de la fecha de su emisión. Cumplido este periodo la empresa será dada de baja del sistema, y será dada de alta cuando la misma tramite su renovación. El Registro Único de Exportador no tiene ningún costo.

Las normas de origen son un conjunto de reglas, las cuales tienen por objeto determinar el país donde una mercancía fue producida, de conformidad con los criterios en ellas definidos. Se

trata de normas necesarias para la ejecución de distintos instrumentos de política comercial, como la aplicación de derechos preferenciales de importación o la adjudicación de cupos arancelarios, y asimismo para la obtención de estadísticas comerciales.

Se aplica en cada una de las operaciones comerciales realizadas en el marco de un acuerdo comercial o régimen preferencial.

El Certificado de Origen es un documento por el cual el productor final, o en su caso el exportador, declaran que la mercancía que se va a exportar ha cumplido con las exigencias que establecen las normas de origen del acuerdo comercial o régimen preferencial al cual éste desea ampararse. Este documento se presenta en diferentes formatos según el respectivo acuerdo o régimen preferencial, y da constancia de que las mercancías amparadas bajo el mismo se consideran originarias de Bolivia.

El exportador, habilitado para obtener la Certificación de Origen, deberá contar con los siguientes requisitos:

a) RUEX vigente.
b) Formulario de Habilitación de Firmas.
c) Declaración Jurada de Origen de cada producto a exportar.
d) Factura Comercial de Exportación.
e) Declaración Única de Exportación.
f) Formulario M03 en caso de Exportación de Minerales.
g) Certificación de Promueve Bolivia en caso de exportaciones amparadas por el ARAM N°1.

El costo de venta de cada Certificado de Origen es de Bs 50 (Bolivianos cincuenta 00/100) y el costo de Emisión del Certificado de Origen varía en función a la siguiente tabla:

TABLA DE COSTO CERTIFICADO DE ORIGEN

EXPORTACIONES VALOR FOB ($US)	COSTO EN Bs. POR EMISIÓN
0 – 750	0
751–50.000	50
50.001–100.000	150
100.001– adelante	250

Fuente: SENAVEX

El procedimiento que el exportador debe seguir, para obtener la Certificación de Origen, es el que sigue:

- Toda empresa debe presentar una solicitud escrita adjuntando los requisitos establecidos, todo en folder.
- El SENAVEX revisará la solicitud y la documentación presentada, debiendo aprobar o rechazar el trámite en un plazo máximo de 24 horas.
- En caso de tener observaciones devolverá la documentación al exportador para su correspondiente corrección o se procederá a la anulación del Certificado de Origen.
- En caso de no tener observaciones, se emitirá el Certificado de Origen y se lo enumerará en forma adecuada.
- Para su entrega al exportador, éste deberá cancelar el monto establecido y presentar el respectivo depósito realizado en las cuentas autorizadas.

En el SENAVEX existen acuerdos y regímenes preferenciales de los cuales Bolivia se beneficia, son los que siguen:

- Comunidad Andina de Naciones (CAN) Bolivia-Colombia-Ecuador-Perú-Venezuela Certificado de Origen utilizado: ALADI
- Bolivia–MERCOSUR Bolivia-Argentina-Uruguay-Brasil-Paraguay Certificado de Origen utilizado: ACE-36
- Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) Australia, Belarús, Bulgaria, Canadá, Japón, Comunidad Europea, Turquía Estados Unidos de América, Suiza, Federación de Rusia, Hungría, Noruega, Nueva Zelandia, Polonia, República Checa y Rep. Eslovaca. Certificado de Origen utilizado: TIPO A
- Acuerdo de Complementación Económica N° 22 Bolivia-Chile Certificado de Origen utilizado: ALADI
- Acuerdo de Complementación Económica N° 31 Bolivia-México Certificado de Origen utilizado: ACE 31
- Acuerdo de Complementación Económica N° 47 Bolivia-Cuba Certificado de Origen utilizado: ALADI

Se denominan terceros países a todos aquellos Estados con los que no se cuenta con acuerdos comerciales ni brindan preferencias arancelarias de manera unilateral, sin embargo, exigen la presentación de Certificados de Origen con el fin de garantizar que los productos son originarios de Bolivia. Certificado de Origen utilizado: Terceros Países.

- ACUERDO REGIONAL DE APERTURA DE MERCADOS N° 1 CON BRASIL Certificado de Origen Utilizado: LADI
- ACUERDO REGIONAL DE APERTURA DE MERCADOS N° 1 CON ARGENTINA Certificado de Origen Utilizado: LADI

2.2.4 Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA)

IBNORCA es una institución que busca el bienestar de la sociedad, a través de sus actividades de normalización, formación y evaluación de la conformidad, contribuyendo a mejorar la calidad de productos y servicios en las empresas, así como promover la seguridad y la salud ocupacional, y proteger el medio ambiente.

Los servicios que ofrece IBNORCA son los de normalización, norma técnica, certificación y evaluación de conformidad; a continuación un poco el detalle que constituye este servicio:

- La normalización es la actividad de formular, publicar y aplicar, en relación a problemas reales o potenciales, documentos normativos dirigidos a la obtención de un grado óptimo de orden en un contexto dado.
- La Norma Técnica es un documento establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido (IBNORCA), que proporciona, para su uso común y repetido, reglas, directrices o características para ciertas actividades o sus resultados, con el fin de conseguir un grado óptimo de orden en un contexto dado norma, este documento es voluntario, accesible al público, elaborado por consenso, aprobado por un organismo reconocido y consta por la participación de todas las partes interesadas.
- La Certificación es diferente al productor y al comprador, asegura al comprador, escrito (informe o certificado), que un producto, proceso o un sistema cumple los requisitos especificados.
- La Evaluación de conformidad es el examen sistemático del grado en que un producto proceso o servicio cumple los requisitos especificados: Inspección es el ensayo de conformidad, capacitación y centro de Información

El sello IBNORCA es la marca de conformidad de un producto con la Norma (boliviana o internacional).

Los productos que lo ostentan son objeto de evaluaciones y controles regulares descritos en los reglamentos específicos aplicables. Además, que demuestra que los productos cumplen permanentemente con las especificaciones de la norma respectiva.

Los beneficios para la empresa son:

- Promueve un control continuo sobre el cumplimiento de los requisitos de la norma de producto, pues sus procesos son evaluados por el organismo certificador.
- Valida la calidad de sus productos. Permite entregar un producto garantizado.
- Mejora el nivel de competitividad. Favorece el mantenimiento y la conquista de nuevos mercados.
- Facilita las relaciones contractuales.

Los beneficios para el consumidor son:

- Facilita la elección de productos confiables.
- Garantiza un nivel de calidad constante de los productos.
- En los contratos, se obtiene seguridad en las compras.
- Mediante la supervisión, garantiza la producción de productos bajo condiciones controladas.

De igual manera, ahora IBNORCA presenta un nuevo modelo de gestión para las micro y pequeñas empresas, que es una norma que establece los requisitos para implementar un sistema de gestión para las MYPES, empresas de cualquier sector, que les permita:

a) Demostrar la capacidad de cumplir las exigencias del mercado y los requisitos reglamentarios aplicables.
b) Fortalecer su competitividad, teniendo en cuenta el nivel de satisfacción de los clientes y la mejora continua.

Otro servicio es la Certificación Hecho a Mano, que es la revalorización, fortalecimiento y mejora de la competitividad de la producción artesanal boliviana, a través de la capacitación y la inspección al proceso de elaboración de las artesanías, verificando que tengan una actividad manual preponderante y expresen características personales y culturales del artesano.

La metodología de certificación pasa por el proceso de la selección de agrupaciones de artesanos.

Capacitación de los artesanos en conocimientos básicos de Sistemas de Gestión de la Calidad y uso de normas técnicas específicas como la inspección de talleres artesanales.

2.2.5 Instituto Boliviano de Metrología (IBMETRO)

El IBMETRO es responsable de la custodia y mantenimiento de los patrones nacionales de medición, de la trazabilidad de los mismos al Sistema Internacional de Unidades (SI) y la diseminación de la exactitud de esos patrones a través de servicios de la más alta exactitud.

Las actividades de evaluación de la conformidad son el ensayo, análisis, calibración, inspección y certificación.

2.2.6 IMO – CONTROL

IMO – CONTROL es una institución que tiene la misma función que IBMETRO, realiza la regulación de los pesos y medidas, y otorga de igual manera las certificaciones.

La certificación la aplican a:

- Plantaciones, haciendas, fincas
- Grupos de pequeños productores
- Cooperativas
- Grupos de artesanos
- Empresas que subcontratan pequeños productores
- Fabricantes –procesadores
- Importadores y otros compradores
- Comerciantes y empresas comerciales
- Empresas de prestación de servicios (sólo responsabilidad social)

Los rubros que están considerados son los siguientes:

- Todos los tipos de productos agrarios: Frutas, verduras, especias, té, café, nueces, hierbas, etc.
- Proyectos de recolección silvestre
- Producción de miel
- Tejidos naturales y cosmética
- Silvicultura y maderas sostenibles
- Acuacultura: Peces y gambas
- Artesanías

A continuación se muestra un cuadro del procedimiento de certificación:

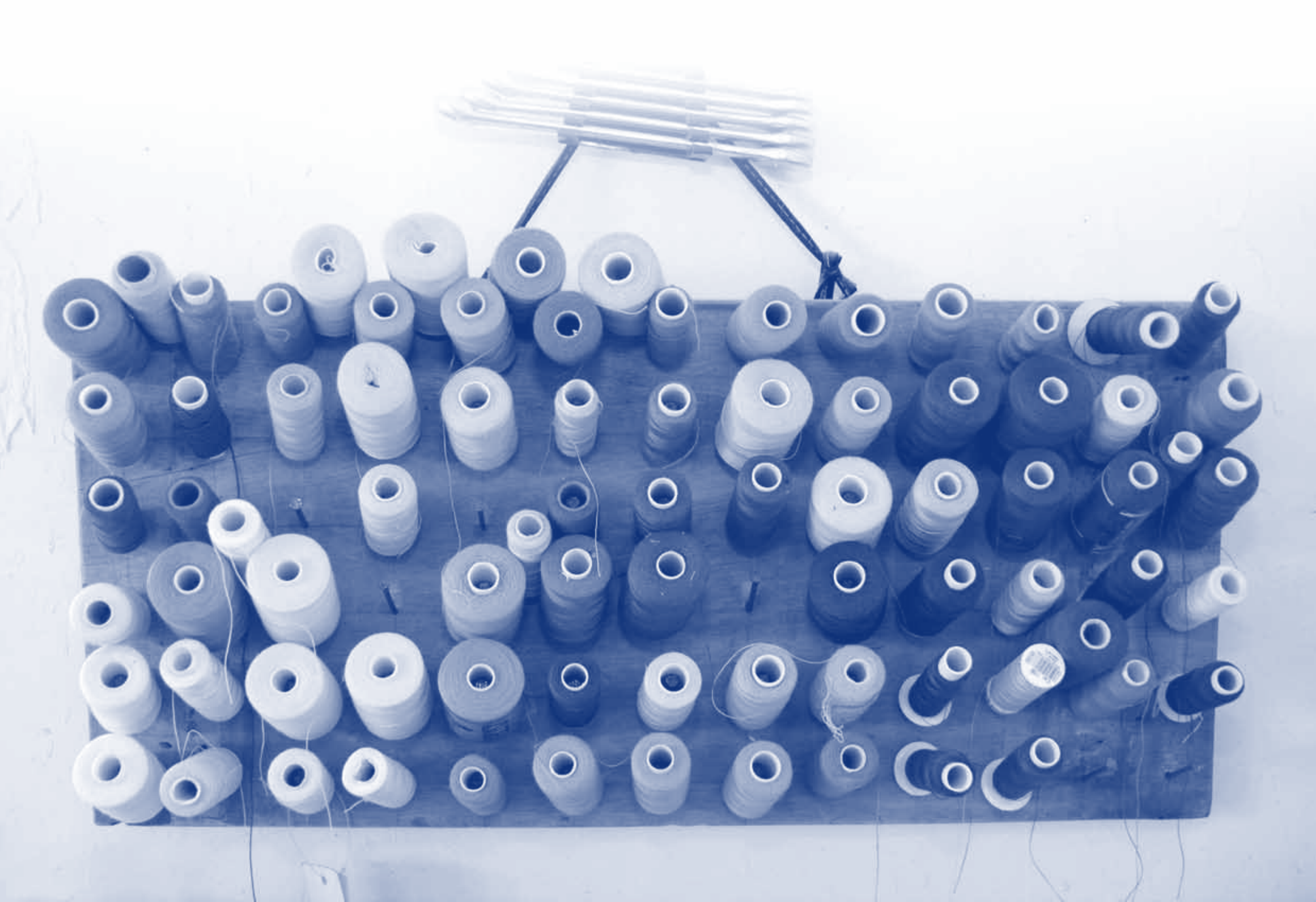
PROCEDIMIENTO DE CERTIFICACIÓN



Fuente: IMO - CONTROL

APÉNDICE II

MANUAL DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA MICRO Y PYMES EN BOLIVIA



INTRODUCCIÓN

Considerando que la inversión en una actividad económica pueda requerir de un financiamiento adicional al capital propio, se ha preparado una guía que facilite comprender el funcionamiento del sistema financiero y oriente en la obtención de un crédito, identificando instituciones, condiciones y modalidades específicas para las micro, pequeñas y medianas empresas.

En Bolivia para más de la mitad de la población económicamente activa, la posibilidad de trabajo depende de su propia capacidad de auto emplearse, es por ello que hoy en día el crecimiento de la micro, pequeña y mediana empresa ha incrementado, haciendo que las mismas, debido a falta de recursos propios suficientes y/o de terceros (amigos, familiares), soliciten directamente un crédito en bancos y/o entidades financieras.

La normativa boliviana clasifica los créditos de acuerdo al destino de los mismos en: crédito comercial, crédito hipotecario de vivienda, crédito de consumo y microcrédito[37]. La investigación se enfoca en el microcrédito, el cual consiste en el financiamiento que otorgan los bancos y/o entidades financieras para actividades económicas de pequeña escala.

Se considera como actividad económica de pequeña escala, a aquellas actividades (comercio, producción, y/o servicio) que son llevadas a cabo en la mayoría de los casos por el trabajo independiente que uno adopta, sea individual y/o familiar. Es importante además mencionar que aproximadamente entre el 60 a 80% de los trabajadores bolivianos operan en el sector informal.

A continuación de forma resumida se procede a describir la estructura del documento, la misma está dividida en 3 partes.

La primera parte explica el panorama general del sistema financiero en Bolivia, de sus componentes y de la autoridad que las regula, además se realiza un breve análisis de las microfinanzas en Bolivia.

37 Cartillas de la ASFI.

La segunda parte explica la definición de crédito, las características de una operación de crédito y las posibles fuentes de financiamiento, se explica sobre las condiciones y requerimientos exigidos por las entidades financieras.

La tercera parte describe los productos que ofertan las entidades financieras que operan en el departamento de Cochabamba al sector microempresarial, créditos con destino a capital de trabajo e inversión, se considera las ofertas de bancos, cooperativas, mutuales y Organizaciones No Gubernamentales denominadas ONG's.

Tras haber descrito de forma resumida el manual, se espera que la información proporcionada sirva de referente para aquellos microempresarios bolivianos que tengan la necesidad de realizar inversiones en sus emprendimientos, con el objetivo de lograr un crecimiento en su negocio en el transcurso del tiempo.

Para consultas posteriores lejanas a la fecha de publicación, se deben considerar posibles modificaciones de algunos productos ofertados por las entidades financieras.

1. Sistema financiero

El sistema financiero en Bolivia está formado por el conjunto de entidades financieras autorizadas por la Superintendencia de Bancos y Entidades Financieras que cumplen el rol de intermediarios financieros entre la oferta y la demanda de recursos monetarios[38].

Un sistema financiero es el medio por el cual se realizan movimientos de recursos financieros entre aquellos agentes deficitarios y superavitarios de ahorros. Estos movimientos se realizan a través de instituciones que generan, administran y canalizan los recursos de ahorro e inversión".[39]

Son actividades de intermediación financiera y de servicios auxiliares del sistema financiero, de acuerdo a la Ley Nº 1488 Ley de Bancos y Entidades Financieras [40]:

De acuerdo a la Ley de Bancos y Entidades Financieras, las actividades de intermediación financiera y de servicios auxiliares del sistema financiero son:

1. Recibir dinero de personas naturales o jurídicas como depósitos, préstamos o mutuos, o bajo otra modalidad para su colocación conjunta con el capital de la entidad financiera, en créditos o en inversiones del propio giro.
2. Emitir, descontar o negociar valores y otros documentos representativos de obligaciones.
3. Prestar servicios de depósitos en almacenes generales de depósito, si esta actividad la efectúa la filial de un banco.
4. Emitir cheques de viajero y tarjetas de crédito.
5. Operar y administrar burós de información crediticia, cuando esta actividad la realice una sociedad anónima de giro exclusivo.
6. Efectuar fideicomisos y mandatos de intermediación financiera; administrar fondos de terceros; operar cámaras de compensación y precaución y fianza bancaria.
7. Realizar operaciones de arrendamiento financiero y factoraje.
8. Valuar a las entidades del sistema financiero.

1.1 Composición del sistema financiero

El Sistema Financiero en Bolivia está constituido por instituciones bancarias y no bancarias, compañías de seguros, fondos de pensiones, fondos financieros privados y agencias corredoras de bolsa.

38 http://www.slideboom.com/presentations/91919/SISTEMA-FINANCIERO-NACIONAL
39 http://www.docstoc.com/docs/22633150/Sistema-Financiero-Boliviano
40 Ley Nº 1488 Ley General de Bancos y Entidades Financieras, Capítulo I, Art. 3.

No obstante, la mayoría de las operaciones financieras está concentrada en el sistema bancario en el cuál haremos énfasis. De acuerdo a la Ley de Bancos y Entidades Financieras, se define a las instituciones bancarias y no bancarias de la siguiente manera[41]:

Entidades de Intermediación Financiera Bancaria (Banco): Es una entidad autorizada, de origen nacional o extranjero, dedicada a realizar operaciones de intermediación financiera y, a prestar servicios financieros al público en el marco de esta Ley, tanto en el territorio nacional como en el exterior del país.

Entidad de Intermediación Financiera No Bancaria: Entidad autorizada para realizar intermediación financiera, constituida como Fondo Financiero Privado, Cooperativa de Ahorro y Crédito Abierta, Cooperativa de Ahorro y Crédito Societaria o Mutual de Ahorro y Préstamo.

Al mes de marzo del 2011, el sistema financiero regulado en Bolivia está compuesto por 12 bancos, cinco fondos financieros privados, 25 cooperativas de ahorro y crédito abiertas y ocho mutuales de ahorro y préstamo, según datos de la Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI). Además, de ocho empresas de Servicios Auxiliares Financieros y una entidad de segundo piso.

1.1.1 Autoridad de supervisión del sistema financiero

Desde el año 1928, la Superintendencia de Bancos y Entidades Financieras fue la institución encargada de regular y supervisar el funcionamiento del sistema financiero en Bolivia, debido a la aprobación de la nueva Constitución Política del Estado Plurinacional, el 7 de mayo del 2009 cambió su denominación a Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero (ASFI). Este cambio le incorporó las funciones de control y supervisión de las actividades económicas de los sectores de valores y seguros.[42].

Los objetivos de ASFI son:

- Proteger los ahorros del público y velar por la estabilidad, solidez y confianza del sistema financiero;
- Contribuir con propuestas técnicas para que el sistema financiero impulse el desarrollo económico y crecimiento del país y su población;
- Proteger los derechos de los consumidores financieros. Estas labores las realiza a través de la emisión de normas de carácter prudencial y supervisando su cumplimiento.

41 Ley Nº 1488 Ley General de Bancos y Entidades Financieras, del 20 de Diciembre del 2001, Pág. 5.
42 http://www.mixmarket.org/es/mfi/country/Bolivia/report?print=1

1.1.2 Ministerio de Hacienda

Es importante mencionar que el sistema financiero nacional se encuentra bajo responsabilidad del Ministerio de Hacienda de acuerdo a la Ley Nº 3351 Ley de Organización del Poder Ejecutivo del 21 de febrero del 2006, además la Ley Nº 1670 Ley del Banco Central de Bolivia (BCB) en el Artículo 4 indica que el BCB tomará en cuenta la política económica del Gobierno, en el marco de la presente Ley, al momento de formular sus políticas.

La relación del BCB con el gobierno se realizará por intermedio del ministro que ejerce la cartera de Hacienda.

Entre las atribuciones del Ministerio de Hacienda se encuentran[43]:

a) Coordinar la política monetaria, bancaria y crediticia con el Banco Central de Bolivia.
b) Diseñar políticas en materia de intermediación financiera, servicios financieros, pensiones, valores y seguros.

1.2 Características de las entidades financieras

A continuación, se procede a la definición de algunas características de las entidades bancarias y no bancarias.

1.2.1 Entidades bancarias (bancos)

Los bancos son entidades de intermediación financiera, constituidos como sociedades anónimas. Actualmente, en Bolivia operan 13 bancos, de los mismos 10 se caracterizan por ser bancos comerciales y tres por ser bancos especialistas en microfinanzas.

Los bancos comerciales ofertan créditos y variedad de servicios a pequeñas y medianas empresas PyME's que están legalmente establecidas, el crédito que otorgan es de mayor cantidad en comparación a una entidad especializada en microfinanzas.

Los bancos especializados en microfinanzas otorgan microcréditos a pequeños negocios ya sea de comercio, producción y/o transporte, una característica particular es que la mayoría de sus clientes operan en el sector informal.

43 Ley Nº 3351 Organización del Poder Ejecutivo, del 21 de Febrero del 2006, Art. 4.

1.2.1.1 Operaciones de las entidades bancarias

Las entidades financieras bancarias están facultadas para realizar operaciones pasivas, activas, contingentes y de servicios financieros, tanto en moneda nacional como en moneda extranjera[44].

1.2.1.2 Operaciones pasivas

Son varias las operaciones pasivas que realizan, sin embargo, nos centramos ahora en aquellas operaciones con sus clientes directos:

- Recibir depósitos de dinero en cuentas de ahorro, en cuenta corriente, a la vista y a plazo.
- Contraer créditos u obligaciones con el Banco Central de Bolivia, entidades bancarias y financieras del país y del extranjero.
- Emitir cheques de viajero y tarjetas de crédito.
- Celebrar contratos a futuro de compraventa de monedas extranjeras.

1.2.1.3 Operaciones activas de las entidades bancarias

Las entidades financieras bancarias están autorizadas a efectuar las siguientes operaciones activas, contingentes y de servicios, según lo establecido en la Ley General de Bancos y Entidades Financieras (Art. 39).

- Otorgar créditos y efectuar préstamos a corto, mediano y largo plazo, con garantías personales, hipotecarias, prendarias o combinadas.
- Abrir, avisar, confirmar y negociar cartas de crédito, a la vista o a plazo.
- Realizar operaciones de cambio y compraventa de monedas.
- Adquirir y vender bienes inmuebles para ser utilizados por la entidad bancaria en actividades propias del giro.
- Operar con tarjetas de crédito y cheques de viajero.
- Sindicarse con otros bancos o entidades de intermediación financiera no bancarias para otorgar créditos o garantías, sujeto a reglamentación de la Superintendencia, la que no se considerará como sociedad accidental ni conlleva responsabilidad solidaria y mancomunada entre las entidades sindicadas.

44 Ley Nº 1488 Ley General de Bancos y Entidades Financieras, Capítulo IV, Art. 39.

1.2.1.4 Tasa de interés

Las tasas de interés activas y pasivas de las operaciones del sistema de intermediación financiera, así como las comisiones y recargos por otros servicios, son libremente pactadas entre las entidades de intermediación financiera y los usuarios. Las entidades de intermediación financiera no pueden modificar unilateralmente los términos, tasas de interés y condiciones pactadas en los contratos.

La tasa de interés anual efectiva incluye todos los cobros, recargos o comisiones adicionales por cualquier concepto o cualquier otra acción que resulten en ganancia o crédito para la entidad de intermediación financiera[45].

1.2.2 Entidades no bancarias

Son entidades de intermediación financiera no bancaria las cooperativas de ahorro y crédito societarios, cooperativos de ahorro y crédito abiertas, las mutuales de ahorro y préstamo y los fondos financieros privados.

El Art. 69 de la Ley de Bancos y Entidades Financieras señala que no podrá constituirse ninguna entidad de intermediación financiera no bancaria distinta a los tipos mencionados.

A continuación se describe la característica particular de cada una de las entidades:

- **Fondo Financiero Privado (FFP)**
  Los fondos financieros privados son sociedades anónimas cuyo objeto principal es la canalización de recursos a pequeños y micro prestatarios cuyas actividades se localizan tanto en áreas urbanas como rurales.[46]

- **Mutuales de ahorro y préstamo**
  Las mutuales de ahorro y préstamo son entidades privadas sin fines de lucro que intermedian recursos financieros en las características y limitaciones establecidas en la presente Ley.[47]

- **Cooperativa de ahorro y crédito abierta**
  Las cooperativas de ahorro y crédito abiertas y las cooperativas de ahorro y crédito societarias, se consideran entidades especializadas de objeto único para la intermediación financiera, adoptando el régimen de responsabilidad limitada. Están

45 Idem. Art 42.
46 Ley Nº 1488 Ley General de Bancos y Entidades Financieras, Capitulo V, Art.76.
47 Idem Art.74.

obligadas a utilizar en su denominación la palabra “limitada” o la abreviatura “Ltda.”. Para la obtención de su personería jurídica, la entidad solicitante deberá contar previamente con el permiso de constitución de la ASFI.[48]

1.2.2.1 Operaciones de las entidades de intermediación no bancaria

De acuerdo a la normativa en vigencia, las cooperativas de ahorro y crédito abiertas podrán realizar operaciones pasivas y activas a nivel nacional, excepto los numerales 3, 4, 7 y 8 del Artículo 3º y los numerales 8 y 9 del Artículo 38º precedente. Dicha excepción alcanza a los numerales 4 y 6 sólo en lo referente a operaciones con el exterior del país, a los numerales 16, 19, 20, 21 y 24 del Artículo 39º de esta Ley (Ley de Bancos y Entidades Financieras). La captación de dinero en cuenta corriente será autorizada, en cada caso, por la ASFI.

Las operaciones activas de intermediación financiera, sólo podrán ser realizadas con sus socios; las operaciones pasivas serán realizadas con sus socios, el público y con entidades financieras, nacionales o extranjeras.
:
Los fondos financieros privados podrán realizar operaciones pasivas y activas a nivel nacional, excepto los numerales 3 y 7 en lo referente a factoraje, del Artículo 3º. Dicha excepción alcanza a los numerales 5 y 6 del Artículo 39º de esta Ley, sólo en lo referente a operaciones de comercio exterior, estando permitidas las operaciones de envío y recepción de remesas de dinero de personas jurídicas y naturales dentro y fuera del país. También se exceptúan los numerales 19, 21 sólo en lo referente a empresas de seguro y 24 del Artículo 39º de esta Ley. La captación de dinero en cuenta corriente y la emisión de tarjetas de crédito, así como la inversión del capital de entidades de servicios financieros será autorizada, en cada caso, por la Superintendencia.[49]

1.2.3 Créditos otorgados por Organizaciones No Gubernamentales

La Ley Nº 1864 de propiedad y crédito popular del 15 de junio de 1998, en su Art.16 señala lo siguiente:

Las ONG’s que no capten recursos del público y que realicen actividades de crédito utilizando recursos propios, fondos de donación o recursos provenientes directamente de organismos internacionales sin intermediación o participación del Estado, quedan excluidas de la fiscalización, control e inspección de sus actividades por parte de la ASFI. Las que utilicen

48 Ley Nº 1488 Ley General de Bancos y Entidades Financieras, Capítulo V, Art.70.
49 Idem, Art. 71.

recursos públicos serán supervisadas por la Contraloría General de la República en el marco de la Ley 1178 - de administración y control gubernamentales – SAFCO.

El Artículo 5 de la Ley de Bancos y Entidades Financieras, indica que las ONG's y entidades financieras no fiscalizadas quedan prohibidas de recibir de personas naturales y bajo cualquier modalidad, depósitos u obtener fondos destinados a ser intermediados.

No obstante el Art. 18 señala que a fin de promover el ahorro popular, las personas colectivas podrán solicitar autorización de la ASFI para movilizar recursos del público de manera restringida, sujetas a las condiciones, requisitos y limitaciones que ésta establezca, conforme a reglamentación a ser aprobada. Dicha reglamentación establecerá requisitos de inversión obligatoria. El cumplimiento de los requisitos será supervisado por la ASFI.

1.3 Normativas legales

El régimen legal financiero se encuentra enmarcado en las siguientes disposiciones legales para mayor referencia:

- Ley Nº 1488 Ley de Bancos y Entidades Financieras
- Ley Nº 1670 - Ley del Banco Central de Bolivia
- Ley Nº 1864 Ley de Propiedad y Crédito Popular

1.4 Contexto económico y desarrollo de las microfinanzas en Bolivia

1.4.1 Antecedentes y crecimiento del sector de las microfinanzas

Bolivia es reconocida a nivel mundial en el entorno micro financiero. A mediados de los años 80, gracias al trabajo de las ONG's que vieron el potencial del sector de la micro y pequeña empresa (MyPE) y sus necesidades de acceso a fondeo, se desarrollaron tecnologías apropiadas para estos sectores, dando inicio a lo que se conocería como *microcréditos*. Según el recuento cronológico: "El primer programa de microcrédito en Bolivia bajo esquemas de innovación de garantías, como es el caso del grupo solidario fue impulsado por la Confederación de Empresarios Privados de Bolivia, la Fundación Calmeadow y por Acción Internacional, las que promovieron la creación de la Fundación para la Promoción y el Desarrollo (PRODEM ONG), en 1986.[50]

En el transcurso de la década de los 80, en Bolivia fueron operando ONG's de asistencia social, financiadas con donaciones de la cooperación internacional para la atención de

50 FUNDA PRO, 1998. Foro de Microfinanzas. Serie Crédito Nº 2. El desarrollo de las microfinanzas, La Paz.

diferentes sectores de la población de bajos recursos, ofreciendo crédito y otros servicios no financieros en el área urbana como rural, debido a la ausencia de oferta crediticia al sector microempresarial por parte de la banca.

Esto motivó que las ONG's, dado su alcance y cobertura geográfica, se constituyeran en una importante fuente institucional de crédito, desarrollando su actividad sin estar reguladas por la Superintendencia de Bancos y Entidades Financieras, sin embargo, debido a la falta de regularización no podían captar depósitos del público, factor que se convirtió en el principal obstáculo para su expansión, motivo por el cual algunas ONG's decidieron formalizar constituyéndose en instituciones privadas en su mayoría en Fondos Financieros Privados (FFP).

A finales de los 90, se inició un efecto de sustitución de fuentes no reguladas a fuentes reguladas, esto reflejó el crecimiento del sector microfinanciero permitiendo una mayor oferta amplia y permanente de servicios.

En la actualidad, se encuentran trabajando varios fondos financieros privados, producto de la regularización de ONG's de los años 80 y 90, tal es el caso de PRODEM, Fortaleza y FIE debido a su crecimiento opera como banco sociedad anónima.

Las entidades financieras bancarias y no bancarias cuentan con una central de riesgos, Infocred Buro de Información Crediticia BIC S.A., ésta es una empresa de servicios auxiliares financieros, de giro único especializado en microfinanzas, cuyo objetivo es proporcionar información a las entidades que otorgan algún tipo de financiamiento a sus clientes, de manera de que las mismas minimicen el riesgo implícito en sus operaciones crediticias.

1.4.1.1 Mayor cobertura en el mercado

Debido al crecimiento del mercado y la otorgación de microcréditos existe un número mayor de bancos, cooperativas de ahorro y crédito, fondos financieros privados, mutuales de ahorro y crédito que brindan sus servicios en espacios rurales, periurbanos, brindando de esta forma a la población mayor facilidad y un mejor servicio.

1.4.1.2 Mayor oferta de crédito

Las entidades financieras conforme a los años de experiencia fueron diversificando sus productos, con el objetivo de segmentar e identificar a sus clientes, tal es el caso del Banco los Andes PROCREDIT S.A. Desde el 2010, dejó de ofrecer créditos menores de 2.000 dólares, por cuanto a su vez el Banco Solidario S.A. ofrecía el producto "Sol 1.000", el cuál consistía en

la otorgación máxima de 1.000 dólares a un microempresario; a la fecha ofrece un producto sustituto denominado "Sol Crecer" el mismo consiste en la otorgación de 50 hasta 2.000 dólares o su equivalente en bolivianos.

El Banco Nacional de Bolivia S.A., recientemente ofrece el crédito denominado: "Gerente Propietario", el mismo consiste en la otorgación de créditos para las pequeñas y medianas empresas, el monto mínimo a financiar es de 1.000 hasta los 20.000 dólares o su equivalente en bolivianos. Éste es un claro ejemplo del cambio de visión que va teniendo hoy en día la banca comercial ampliando sus servicios al sector microempresarial.

Respecto a la oferta de créditos otorgados por la ONG Promujer que se caracteriza por ofertar créditos con garantía grupal, priorizando los emprendimientos e iniciativas de familias de escasos recursos que no tienen la facilidad de contar con las garantías necesarias que solicita la banca tradicional.

1.4.2 Tasas

Debido al crecimiento de la competencia entre entidades financieras por satisfacer el mercado de los microcréditos, se ha observado una disminución en las tasas de interés en comparación de años anteriores. Las tasas que ofertan son en muchos casos inferiores a las tasas típicas de los prestamistas informales.

El siguiente cuadro refleja las tasas aproximadas con las que operan las entidades financieras en Bolivia.

Entidad de intermediación financiera	Tasa aproximadas	Garantías
Bancos	19% al 27% anual 10% al 13 % anual	Con garantía personal y/o prendaria Con garantía hipotecaria
Cooperativas	14% y 18% anual	Con garantía personal
Fondos Financieros Privados	18% al 27% anual	Con garantía personal y/o prendaria
BDP	6 % Anual	Con garantía personal

Fuente: Elaboración propia con base en los indicadores de las entidades financieras

2. ¿Qué es el crédito y dónde obtenerlo?

Según la normativa boliviana un crédito es el préstamo de dinero que solicita una persona y se compromete a realizar la devolución del monto solicitado en el tiempo y plazo definido, según las condiciones establecidas para dicho préstamo, más los intereses devengados, comisiones y otros costos asociados.

La respuesta de dónde obtener el crédito no es difícil, pero sí es muy amplia y compleja por la variedad de posibilidades que existen. Hoy en día la mayoría de las personas para obtener un crédito recurren a entidades bancarias (bancos) y entidades no bancarias (fondos financieros privados, cooperativas abiertas de ahorro y crédito, mutuales de ahorro y crédito); y a otras entidades como las Organizaciones No Gubernamentales.

Sin embargo, es importante mencionar que existen personas que realizan sus inversiones con las ganancias propias de sus actividades o bien optan por adquirir un préstamo de familiares y/o amistades, sin que exista la necesidad de recurrir a las entidades financieras.

2.1 Fuentes de financiamiento

Para el caso de estudio, se vio conveniente mencionar a todas aquellas posibles fuentes de financiamiento sin descartar el financiamiento propio, de familiares y amigos, además de la oferta de créditos otorgados por entidades financieras.

2.1.1 Financiamiento propio: Ahorro personal o familiar

La mayoría de los microempresarios empezaron sus actividades sean estas de comercio, producción y/o servicios gracias a su fuente de financiamiento propio, dando uso a sus ahorros, si bien empezaron con un capital pequeño, en el transcurso del tiempo realizaron pequeñas inversiones de acuerdo a la generación del ingresos de sus negocios.

Una característica particular para optar por este financiamiento es que el tamaño del negocio no implique grandes inversiones. De esta forma puede decirse que existen personas que trabajan con capital propio. Esta fuente de financiamiento es la más económica puesto que no se habla de un costo de intereses.

2.1.2 Fuentes de financiamiento de familiares y amigos

Existen personas que antes de solicitar un financiamiento a entidades financieras, recurren a familiares y/o amigos, cuando existe un grado de parentesco y confianza. En la mayoría de los casos, se paga un porcentaje de interés, en algunos casos debido a la necesidad del solicitante ofertan una tasa de interés anual similar a la de una entidad financiera o incluso mayor.

Debido a la crisis existente en el país pocas son las personas que se financian entre familiares y/o amigos, sin embargo, algunos cuentan con familiares que trabajan en el exterior del país y mediante financiamiento propio realizan sus inversiones en negocios y/o fuentes de trabajo.

Esta fuente de financiamiento se convierte en una alternativa rápida y oportuna para algunos microempresarios, por cuanto es un acuerdo entre ambas partes, generalmente la palabra es la que cuenta en la mayoría de los casos, sin embargo, es importante mencionar que si uno decide obtener un financiamiento por este medio debe ser responsable con el préstamo y pagar el monto y el interés en el plazo acordado para evitarse problemas futuros que afecten las relaciones familiares y de amistad.

2.1.3 Préstamos de proveedores

Algunos microempresarios ven como posible fuente de financiamiento a sus proveedores, la característica de este préstamo es a corto plazo, generalmente es para la compra de materia prima y productos, entre otros.

Obtienen este crédito por parte de sus proveedores gracias a la confianza entre ambas partes, donde se valora además la responsabilidad del trabajo que realiza el microempresario, otorgándole de esta forma mejores condiciones de pago, pudiendo ser un porcentaje al contado y el resto a crédito.

Para realizar el acuerdo, generalmente, hacen uso de un documento en el que se indican los plazos y condiciones del préstamo, este préstamo que si bien es físico en bienes permite dar continuidad y genera movimiento en el negocio.

2.1.4 Financiamiento de entidades financieras

Otra alternativa al momento de buscar financiamiento son los créditos otorgados por entidades financieras.

En Bolivia operan 13 bancos, de los cuales tres se caracterizan por ser especialistas en microcréditos, el resto es banca comercial, las mismas tienen como característica principal brindar sus servicios a Pymes y al sector empresarial, sin embargo, debido al crecimiento del sector micro empresarial (informal), recientemente ofertan productos que van conforme a sus necesidades.

Por otra lado, son alternativas de financiamiento las entidades no bancarias, entre ellas se encuentran las cooperativas de ahorro y crédito, fondos financieros privados, mutuales de ahorro y otras entidades financieras como Organizaciones No Gubernamentales.

Para acceder a un crédito otorgado por una entidad financiera, el solicitante debe cumplir con ciertos requisitos y condiciones, estos son diferentes respecto de las características propias de cada institución financiera.

2.2 Condiciones y requisitos para obtener un crédito de una entidad financiera

A continuación, se procede a describir los requisitos generales que solicitan las diferentes entidades financieras bancarias y no bancarias.

2.2.1 Entidades bancarias

2.2.1.1 Bancos especializados en microfinanzas

a) Condición para acceder a un crédito:

- Ser propietario del negocio
- Contar con una experiencia mínima de seis meses en el rubro
- Contar con un buen historial crediticio, en caso de haber obtenido crédito anteriormente

b) Requisitos para el solicitante de crédito:

- Cédula de identidad vigente del solicitante (y de su cónyugue)
- Tener una edad comprendida entre el 18 y 65 años
- 3 últimas boletas de luz
- Fotocopias de su respaldo patrimonial
- Documentos del negocio (recibos, facturas)
- NIT (en caso si lo tuviera)

c) Requisitos para el garante[51]

- Cédula de identidad vigente (y de su cónyuge)
- Tener una edad comprendida entre el 18 y 65 años
- Fotocopias de su respaldo patrimonial
- Contar con alguna actividad sea independiente o dependiente, el mismo deberá tener la capacidad de pago, para respaldar el crédito.

51 Si uno solicita por primera vez un crédito a un banco y/o entidad financiera, se le exige en la mayoría de los casos un garante personal para respaldar la operación

2.2.1.2 Bancos comerciales

Una de las características es que ofertan créditos mayores a los 1.000 dólares, además de solicitar mayor documentación que respalde el crédito.

a) Condición:

- Ser propietario del negocio
- Contar con una experiencia mínima de uno a dos años en el rubro

b) Requisitos para el solicitante de crédito:

- Extracto de cuentas bancarias
- Detalle de las ventas en función al libro o registro diario de ventas (ultimo año)
- Respaldo o detalle de compras
- Balances internos respaldados (en caso de contar con los mismos)
- Balances auditados en caso de contar con estos.
- Declaraciones impositivas (en caso de contar con éstas)
- Contrato de alquiler y recibos (si los tuviera)

c) Documentos

- Fotocopia de cédula de identidad del titular (y de su cónyuge)
- Declaración confidencial de bienes (debidamente respaldados con fotocopias)
- Declaración de salud
- Solicitud de crédito
- Autorizar verificaciones laborales/domiciliaría en formulario
- Apertura de caja de ahorro

d) En caso de incluir compra de deudas

- Contrato de préstamo de deuda a comprar
- Plan de pagos
- Pagos realizados al préstamo
- Oferta: Montos a partir de los 1.000 dólares, en la mayoría de los casos.

e) La garantía:

Garantía personal para montos comprendidos entre 6.000 a 8.000 dólares, para montos mayores generalmente exigen garantía hipotecaría de un bien inmueble.

Garantía hipotecaria

- Título de propiedad
- Certificado Aloidal/Folio real
- Inscripción catastral a nombre del actual propietario
- Plano del lote aprobado por la Alcaldía Municipal
- Plano de construcción aprobado por la Alcaldía Municipal
- Tradición decenal
- Pagos de las últimas cinco gestiones (Algunas solicitan únicamente de una gestión determinada)

2.2.2 Entidades no bancarias

2.2.2.1 Fondos Financieros Privados

a) Requisitos para el Solicitante

- Carnet vigente (titular y cónyuge)
- Tener una edad comprendida entre el 18 y 65 años
- Fotocopias de su respaldo patrimonial
- Documentación de respaldo del negocio
- Verificación del negocio y del domicilio

2.2.2.2 Cooperativas de ahorro y crédito abiertas

Antes de acceder a un crédito, el solicitante debe ser socio de la cooperativa abierta de ahorro y crédito, es importante mencionar que uno debe estar inscrito únicamente a una sola cooperativa, caso contrario es rechazado.

Los requisitos varían de una a otra cooperativa, sin embargo, a continuación mencionamos los requisitos generales:

a) Requisitos para ser socios

- Pago único de inscripción
- Pago de tarjeta (anual)
- Apertura de cuenta de ahorro (algunas cooperativas exigen un monto mínimo)

b) Requisitos para solicitar un microcrédito

- Contar con una experiencia mínima de un año
- Padrón municipal

- Comprobante de pago de sitios y locales municipales
- Fotocopia de luz, agua, instalación de gas domiciliario indistintamente
- Informe del oficial de créditos sobre la actividad y su ubicación

c) Requisitos de la garantía

- Garante personal, el mismo deberá contar con domicilio propio registrado en derechos reales (de acuerdo al monto solicitado se le exige uno a dos garantes), algunas cooperativas exigen que el garante sea socio de la cooperativa.

2.2.3 Organizaciones No Gubernamentales

En nuestro medio existen pocas ONG's que financian actividades productivas y de emprendimiento, PROMUJER, impulsa iniciativas empresariales de mujeres, una de las garantías que utiliza es la garantía grupal, una de las desventajas de este sistema, es que si una persona incumple perjudica directamente al grupo, puesto que al momento de solicitar el crédito todos se hacen responsables del mismo.

Además de la obtención del crédito, el beneficio que obtienen los clientes de la ONG's es la capacitación en temas empresariales, y otros de interés para la familia, como la educación y salud. Esto le permite al negociante y/o comerciante mejorar su calidad de vida.

2.2.4 Otros créditos otorgados por instituciones públicas

Existen entidades públicas a nivel nacional que trabajan y apoyan al sector microempresarial, a la pequeña y mediana empresa.

2.2.4.1 Cámara Departamental de la Pequeña Industria y Artesanía (CADEPIA)

La CADEPIA Cochabamba es una institución sin fines de lucro que impulsa, consolida, defiende y representa los intereses de los artesanos y pequeños empresarios de la región, al mismo tiempo promueve el desarrollo de empresas y empresarios líderes.[52]

Para acceder a un microcrédito uno debe ser socio de CADEPIA.

a) Requisitos para ser socios de CADEPIA:

- 2 fotografías de 3 x 3 con fondo Azul
- Fotocopia de carnet de Identidad (C.I.) del representante legal o propietario
- Fotocopia del NIT

52 http://www.cadepia.org

- Llenado de formulario de inscripción en CADEPIA
- Pagar una cuota de concepto de inscripción de 180 Bs

b) Requisitos para acceder a un crédito de CADEPIA:

- Ser socios
- Documentos de contraparte para el trabajo actual que realiza.

c) Beneficios:

- Representación institucional
- Apoyo en comercialización a través de la organización y participación en ferias a nivel local, departamental, nacional e internacional
- Servicios de capacitación y asistencia técnica en gestión empresarial, planes de negocio, marketing, legislación laboral, apoyo y orientación en el cumplimiento de la norma ambiental y un sistema de producción ¨más limpio¨
- Otorgación y apoyo en la obtención de créditos para MIPYME's y otros.
- Créditos.
- Descuentos en los servicios de ENTEL, por ser afiliado a CADEPIA.
- Participación en ferias locales, nacionales y en casos concretos, internacionales.
- Difusión de información sobre el sector empresarial.

2.2.4.2 Banco de segundo piso BDP- SAM

Los créditos BDP se centran en el sector productivo, es impulsado por el gobierno, la tasa es del 6% anual, estos fondos son canalizados por medio de las siguientes entidades financieras: PRODEM FFP, Banco Unión S.A y Banco Mercantil Santa Cruz.

Existen dos tipos de crédito el individual y asociativo a continuación una descripción de las características de cada uno de ellas.

✓ **Crédito individual**

a) Condiciones

- La actividad del solicitante y el destino del préstamo se encuentre en el sector productivo, generador de ingreso y empleo como textiles, alimentos, cueros, madera, turismo, metalmecánica, cerámica, artesanía, materiales de construcción, orfebrería y otros rubros productivos, en las etapas de producción y transformación. Excluyendo a los sectores estratégicos (hidrocarburos, minería y generación de energía).

- Pueden acceder al crédito aquellos productores que hayan accedido o que tengan créditos vigentes de los programas del gobierno (TCP-ALBA y otros) siempre y cuando no estén en mora y demuestren tener una adecuada capacidad de pago.

- **Requisitos para el solicitante y cónyuge**
  - Deben tener nacionalidad boliviana.
  - No deben tener créditos en el sistema regulado o no regulado exceptuando el crédito de vivienda que debe estar vigente.
  - No deben tener antecedentes de créditos castigados directos o indirectos, en el sistema financiero regulado y no regulado.
  - El deudor debe tener 18 años cumplidos y no exceder los 60 años cumplidos.

- **Requisitos para garantes personales**
  - Deben tener 18 años cumplidos y no superar los 60 años cumplidos.
  - Pueden ser integrantes de la familia del deudor (padre, madre hijos y hermanos hábiles por derecho) siempre y cuando no conformen la misma unidad productiva y tengan un flujo de ingresos propios, independientes y estables.
  - No deben tener antecedentes de deudas castigadas directas e indirectas en el sistema financiero regulado o no regulado, pero si pueden tener deudas vigentes.
  - Los garantes deben vivir lo más cerca posible de los deudores a objeto de permitir las verificaciones de domicilios.
  - No hay posibilidad de otorgar garantías cruzadas.

- **Documentos requeridos**
  - Fotocopia cédula de identidad de participantes del crédito: deudor/codeudor, garantes y cónyuges según corresponda.
  - Formulario de solicitud de crédito.

La documentación indicada es la mínima a ser requerida. La entidad financiera podrá solicitar documentación adicional únicamente con fines de análisis del sujeto de crédito. La autenticidad de estos documentos serán verificados en los registros de la policía nacional.

✓ **Condición para el crédito asociativo**

El crédito productivo asociativo es un instrumento de financiamiento para actividades productivas desarrolladas por un grupo de productores con una estructura organizativa definida como: organizaciones económicas campesinas, indígenas y originarias OECAS, corporaciones agropecuarias campesinas CORACAS, cooperativas, asociaciones y otras formas legales de organización compuestas mayoritariamente por pequeños productores que están asociados

para ampliar la transformación de los recursos naturales, mejorar sus niveles de ingresos y condiciones de vida.

a) Requisito general

1. La actividad a financiar se encuentre en el sector productivo en las etapas de producción primaria, transformación con valor agregado, comercialización y servicios de turismo.
2. La actividad productiva se encuentre dentro de cualquier rubro productivo excepto los sectores estratégicos (hidrocarburos, minería y energía)
3. Las asociaciones que hayan accedido a créditos de otros programas gubernamentales podrán acceder al crédito productivo, siempre y cuando las obligaciones contraídas estén vigentes y se demuestre su capacidad de pago.

b) Requisitos específicos

1. La mayor parte de los asociados cuenten con permanencia en la zona y experiencia en la actividad.
2. La asociación tenga una estructura organizativa definida.
3. Todos los miembros de la asociación se dediquen principalmente a la misma actividad productiva que será objeto del financiamiento.
4. La asociación no tenga deudas en el sistema financiero nacional.

c) Documentos requeridos

1. Carta de solicitud de crédito firmada por los representantes legales.
2. Formulario de evaluación que se llenará de forma conjunta con el oficial de crédito de la entidad financiera autorizada.
3. Personería jurídica de la asociación.
4. Cédula de identidad de los representantes legales y asociados.
5. Poder legal conferido por la asociación a sus representantes legales.
6. Actas constitutivas.
7. Acta notariada de la asamblea en la que se autoriza la contratación del financiamiento.
8. Estatuto orgánico.
9. Reglamento interno.
10. Acreditación en el ente que las agrupa.
11. Otro tipo de autorizaciones o licencias otorgadas por autoridad competente según la actividad a financiar.

La documentación indicada es la mínima a ser requerida. La entidad financiera podrá solicitar documentación adicional únicamente con fines de análisis del sujeto de crédito.

2.2.5 Otras posibles fuentes de financiamiento

En el nuestro medio operan así mismo casas comerciales prestamistas, las mismas ofertan tasas similares al banco, sin embargo, en la mayoría de las ocasiones ofertan una tasa anual mucho mayor. La característica de estos préstamos es que son a corto plazo, y la garantía es prendaria.

2.3 Componentes de una operación de créditos

- **Monto del crédito**
  Es la suma del capital propiamente dicho, más los intereses calculados por anticipado, los cuales deben pagarse al vencimiento.
- **Los intereses**
  El interés es el costo que cobran las entidades financieras o casas comerciales por prestar el dinero por un plazo determinado.
- **Amortización**
  Es la cuota mensual que cancela el deudor, ésta puede ser variable, fija o mixta, de acuerdo a lo pactado hasta terminar de cancelar la deuda contraída.
- **Período de gracia**
  Es el periodo de tiempo dentro del plazo total acordado, que transcurre hasta el primer pago de la primera cuota, generalmente este tiempo es de aproximadamente de tres meses, el tiempo depende de cada entidad financiera, generalmente se consideran aquellos créditos de largo plazo debido a la inversión que realizan.

El periodo de gracia es un instrumento muy útil para los tomadores de crédito. Podría decirse que es un apoyo, que facilitará el cumplimiento de los pagos.

- **Plazo del tiempo**
  Generalmente va en función del monto solicitado y de la capacidad de pago del solicitante.

2.4 De las garantías

Las garantías consisten en el respaldo que solicita el banco y/o entidad financiera al momento de otorgar un crédito. Existen diversos tipos de garantías cada entidad financiera trabaja con algunas de las citadas a continuación:

- **Garantía personal**. Debe contar con un domicilio propio y trabajo estable en caso de que el titular (solicitante del crédito) incumpla el pago en la fecha pactada, el garante personal debe asumir tal responsabilidad.

- **Garantía prendaría.** Son aquellos bienes del negocio entre ellos activos fijos (maquinaria, herramientas, etc.), inventarios del negocio que sirven de garantía para respaldar la operación, algunos consideran adicionalmente los bienes del hogar. La entidad financiera realiza una tasación del bien asignando un valor.

- **Garantía hipotecaría**. Cuando el monto es generalmente mayor a los 7.000 dólares, se exige esta garantía, la misma consiste en la tramitación legal donde el banco y/o entidad financiera obtiene un poder del bien inmueble.

- **Garantía solidaria y/o grupal**: Un grupo de personas se garantizan entre sí unas a otras, esta garantía es utilizada generalmente por ONG´s, la ventaja es que no necesitan de un respaldo patrimonial (vivienda propia), una de las desventajas es que si alguien incumple indirectamente afecta a todo el grupo.

- **Documentos en custodia**: Consiste en el resguardo de documentación que realiza el banco y/o entidad financiera hasta el momento en que se pague la totalidad del crédito solicitado.

- **Garantía Depósito a Plazo Fijo (DPF)**: Consiste en firmar un certificado de retención de DPF, debe existir una relación entre el monto solicitado y el DPF. Siendo el DPF un monto mayor que el crédito solicitado y el plazo deberá ser igual o mayor al tiempo del crédito.

3. Entidades financieras en el departamento de Cochabamba

Debido al impacto que tienen las microempresas en Cochabamba caracterizándose por su versatilidad y compromiso de trabajo, en los últimos años la banca amplió sus servicios creando nuevos productos que apoyen y fortalezcan estas pequeñas unidades de negocio, por cuanto los microempresarios tienen mayores opciones para acceder a un microcrédito.

Al momento de otorgar un microcrédito para financiar actividades microempresariales sean de comercio, producción y servicio, los bancos y/o entidades financieras diferencian el destino del crédito a otorgar en: Capital de Trabajo y Capital de Inversión.

- Se define al Capital de Trabajo como aquellos recursos que requiere el negocio para poder operar con normalidad, por ejemplo, compra de insumos, materia prima, mano de obra, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

- El Capital de Inversión es un crédito que va destinado a realizar compras mayores, con el objeto de incrementar el mercado potencial del negocio y/o empresa, mediante la creación de nuevos productos o la captación de nuevos mercados geográficos. De mejora o modernización, por ejemplo, compra de maquinaria, compra de infraestructura para el negocio, entre otros.

3.1 Característica de las entidades financieras

3.1.1 Bancos comerciales

Estos bancos se caracterizan por ofrecer una variedad de créditos, y se diferencian de otros bancos y/o instituciones financieras, debido a que ofrecen créditos comerciales a las pequeñas y mediana empresas, estas empresas generalmente operan en la mayoría de los casos con empresas legalmente establecidas en el país. Además ofrecen una variedad de servicios, como pagos a personal, y otros. Estos bancos se caracterizan por financiar montos de gran consideración en comparación de los bancos especializados en microfinanzas.

Según la normativa boliviana un crédito comercial es un préstamo que se realiza a empresas de distinto tamaño para la adquisición de bienes, pago de servicios de la empresa, para refinanciamiento de deudas con otras instituciones o para el pago de proveedores a corto plazo.

Característica de sus clientes: Son pequeñas y medianas empresas que se encuentran legalmente establecidas en el país. Sin embargo, en estos últimos años van ofertando nuevos créditos para el sector microempresarial.

3.1.2 Entidades especializadas en microfinanzas

Actualmente, estas entidades cuentan con su asociación denominada ASOFIN; estas entidades son especialistas en micro y pequeñas empresas, debido a este motivo los préstamos que otorgan son pequeños en comparación de las entidades comerciales. El monto mínimo de otorgación del crédito es en su mayoría a partir de los 50 dólares o su equivalente.

Característica de los Clientes: La mayoría de los microempresarios pertenece al sector informal; existen bancos que financian al sector transportista y asalariado.

3.1.3 Cooperativas de ahorro y crédito abiertas

Las cooperativas de ahorro y crédito abiertas, se organizan con objeto de proporcionar a sus socios recursos económicos. Para acceder a un crédito uno debe estar inscrito, cada cooperativa tiene sus requisitos independientes.

Característica de sus clientes: Microempresarios, asalariados, transportistas, los mismos están inscritos en la cooperativa y realizan sus aportes correspondientes.

3.1.4 Mutuales

Actualmente, en la ciudad de Cochabamba sólo opera la mutual “La Promotora”, la misma otorga mayormente créditos para vivienda.

Características de sus clientes: Microempresarios, asalariados; la mayoría obtiene el crédito para construcción de vivienda.

3.2 Oferta de entidades financieras en el departamento de Cochabamba

El cuadro siguiente se divide en cuadro secciones. Se presentan los datos de los bancos comerciales y bancos especializados en las microfinanzas, fondos financieros privados, cooperativas de ahorro y crédito abiertas y mutual de ahorro y crédito, algunos de estos datos fueron considerados según el tarifario que publica mensualmente el Banco Central de Bolivia.

BANCA

Entidad financiera	Información general	Caja de Ahorro	Depósito a plazo fijo (360 días)	Créditos: Microcréditos, mediana empresa				% de interés	Condiciones financieras
				Producto	Monto	Plazo	Garantías		
BNB - BANCO NACIONAL BOLIVIA S.A	Nació en 1871, la primera Junta Fundadora se efectuó en Sucre, desde aquella época emitió sus propios billetes en una proporción de 150% de su capital efectivo, cediendo luego al Banco Central de Bolivia, el 14 de enero de 1914.	0,87	0,17	Microcrédito (Para capital de trabajo y/o inversión) Microempresarios y asalariados	Desde $ 1000 según requerimiento	3 años	Personal Garantía hipotecaria Pre Hipoteca	20 % anual 15 % fija anual 17 % a 3 años 19% anual	2 años de experiencia
BANCO MERCANTIL SANTA CRUZ	Nace en 1905, en abril del 2006, compra el paquete accionario mayoritario del Banco Santa Cruz iniciando este proceso de fusión se define la nueva denominación y razón social del Banco Mercantil Santa Cruz S.A.	0,16	1,02	Créditos	Desde $ 2000	De acuerdo al monto	Personal, prendaria de mercadería, vehículos, maquinaria e inmuebles	8.31 % anual	Contar con una experiencia mínima de un año, con documentos respaldados.
Banco BISA S.A.-	Fundado, el 5 de julio de 1963, guiados por cuatro valores: Calidad, Prudencia, Compromiso, y Coordinación, después de 40 años se constituye en el Grupo Financiero BISA	0,18	0,30	Capital de inversión		Hasta 1 año	Personal, hipotecarias, warrant, prendarias o quirografarias.	13.50 % anual	Contar con una experiencia de un año
				Capital de inversión		Mayor a 1 año			
				Líneas de Crédito		Línea habilitada hasta 3 años			
BANCO DE CRÉDITO DE BOLIVIA	El Banco de Crédito BCP nace en el Perú 1889 como Banco Italiano y a partir de 1941 como Banco de Crédito del Perú. Inicia sus operaciones en el mercado boliviano en 1994.	0,30	0,30	Crédito Negocios-Capital de Trabajo 7 veces tu sueldo, PyMES y créditos rápidos	Desde Bs 14.000 hasta 350.000 o su equivalente en $	12, 18 ó 24 meses según corresponda	Prendaria para préstamos hasta Bs 140,000 o su equivalente en dólares. Hipotecarios préstamos mayores a Bs 140,000 o su equivalente en dólares.	Del 10 al 18 % anual	Antigüedad mínima del negocio: 18 meses (respaldar)
				Crédito Negocio – Activo Fijo (Capital de inversión)	Desde 14.000 - 1.400.000 o su equivalente en $	Hasta 10 años de plazo	Hipotecaria para préstamos mayores a Bs 140.000		
BANCO UNIÓN	El Banco de la Unión S.A. fundado en 1979, a partir del 2007 se enmarca en desarrollar la multibanca, apoyando a los sectores de microcréditos y PYME, enfatizando el crecimiento del sector productivo.	0,21	1,50	Agrándate	Desde 1.000 a 80.000 Bs o su equivalente en $	Hasta 60 meses	Garantía personal, hipotecaria de inmuebles, de vehículo, prendaria sin desplazamiento, prendaria con desplazamiento, depósitos a plazo fijo.	18 % anual	Experiencia mínimo 1 año y mínimo 6 meses de antigüedad en la actividad (negocio en marcha).
BANCO ECONÓMICO	Nace en 1991 con el propósito de atender las demandas de la pequeña y mediana empresa, sectores no atendidos por la banca tradicional.	0,01	0,67	Súper préstamo ya	Desde 7.000 - 69.700 Bs	Hasta 3 años	Personal, hipotecaria, prendaria	19 %, sin embargo ésta varía en función del tiempo y de las garantías presentada.	Experiencia mínimo 1 año y mínimo 6 meses de antigüedad en la actividad (negocio en marcha).
				Mi socio crecer	Desde 1.000 - 100.000 $	Hasta 10 años			
				Mi socio línea	Desde 1.000 – 100.000 $	Hasta 10 años			
				Mi Socio Oportuno	Desde 1.000 - 100.000 $	Hasta 36 meses			
				Mi Socio Preferencial	Clientes antiguos				
				Mi Socio Veloz	Hasta 10.000 $	Hasta 36 meses			
BANCO GANADERO S.A.	Nace en 1993 y en 1994, efectúa las operaciones financieras permitidas por ley a nivel nacional.	0,35	0,45	Crédito Negocios-Capital de Trabajo y Negocio – Activo Fijo	Mínimo de 1.000 $ según requerimiento hasta 7.000 $	De acuerdo al monto	Personal, hipotecaria, prendaria	14.28 % anual	Experiencia mínimo 1 año y mínimo 6 meses de antigüedad en la actividad (negocio en marcha).

BANCO SOLIDARIO S.A. (BANCO SOL.)	Nace en 1992 esta entidad empezó a proveer pequeños préstamos para capital de trabajo a grupos de tres o más personas, especializado en micro finanzas.	1,31	1.46	**Sol Crecer** (Rubro comercial, productivos y de servicio).	Desde 50 a 2.000 $	Hasta 24 meses.	Dependiendo del monto, garantía prendaria, documentos en custodia, personal, hipotecaria de vivienda, etc.	Hasta 16.000 Bs es del 24% anual Desde 16.001 a 24.000 Bs 23,5 % anual Desde 24.001 a 48.000 Bs 22% anual De 48.001 hasta 80.000 Bs 20,5 % anual Si el plazo es mayor a 36 meses dependiendo del producto la tasa es del 19 % anual.	Experiencia mínima de 6 meses en el rubro, ser propietario del negocio.
				Sol Productivo Sector rubro productivo (Capital de operación y de inversión para el sector productivo).	Desde 50 a 35.000 $	Plazo de 6 a 24 meses para capital de operación y 48 meses máximo para capital de inversión.			Varía entre el 12% y 16%, este producto se otorga generalmente dos veces al año aprovechando la fuente de financiamiento otorgado por el gobierno mediante el BDP.
				Sol Individual Rubro de comercio, producción y servicios.	Desde 50 a 250.000 $	Plazo máximo a 5 años			
BANCO LOS ANDES PROCREDIT	Nace en 1992 como Asociación ProCredit, posteriormente a los Andes F.F.P, luego de 10 años de operar en el sector micro financiero se crea el Banco Los Andes ProCredit.	1,12	1,76	**Empresas muy pequeñas**	Mínimo de 2.000 $ Máximo de 10.000 $	Plazo máximo de 3 a 5 años,	Para capital de trabajo Para compra de Activo Fijo	26,5 % anual Para montos pequeños	Garantía personal, prendaria (Equipo, maquinaria, bienes del Hogar, mercadería), documentos en custodia e hipoteca de inmueble o de vehículo..
				Pequeña empresa	Mínimo de 10.001$ a máximo de 150.000 $ en adelante	Para capital de trabajo (Plazo máximo de 3 años)	Para compra de Activo Fijo (plazo máximo de 5 años)		
				Mediana empresa	De 150.000 $ en adelante	Para capital de trabajo (Plazo máximo de 3 años)	Para compra de Activo Fijo (plazo máximo de 10 años)		

Fuente: Elaboración propia en base consulta e indicadores de las entidades financieras

FONDOS FINANCIEROS PRIVADOS (entidades especializadas en microfinanzas)

Entidad financiera	Información general	Cuenta de Ahorro	Depósito a plazo fijo (360 días)	Microcréditos				% de interés	Condiciones financieras
				Producto	Monto	Plazo	Garantías		
PRODEM	Nace el 2000, su actividad se centra en la intermediación financiera, a partir de las captaciones y depósitos a plazo fijo del público y la concesión de micro, pequeños y medianos créditos que fomenten actividades productivas y del comercio.	0,36	1,52	Crédito microempresario	Según requerimiento	Capital de operaciones hasta 2 años. Capital de inversión hasta 3 años	Prendaria, personal, DPF's, caja de ahorro, quirografía, custodia de documentos, pre hipoteca, hipoteca.	26, 01 % anual	Experiencia mínima de un año
FASSIL S.A.	Nace en 1996, como desarrollo y fomento en el proceso de intermediación financiera, prestación de servicios, y en operaciones de captación y colocación de recursos, a pequeños y micro prestatarios.	0,78	1,84	Capital operacional; capital de inversión; créditos de vivienda; y de consumo	Desde 50 Bs	De acuerdo al monto solicitado.	Personal, prendario, hipotecario y DPF	24.37 % anual	Experiencia mínima de un año
FONDO DE LA COMUNIDAD S.A.	Nace 1996 como un Fondo Financiero Privado y funciona bajo la supervisión de la ASFI.	0,50	1,31	Microcréditos	Según requerimiento	De acuerdo al monto solicitado.	Personal, y hipotecaria	19.36 % anual	Experiencia mínima de un año
ECO FUTURO S.A.	Nace en 1999, con el emprendimiento conjunto de 4 ONG´s, y de empresarios privados. Cuenta con 10 años de atención al sector de micro y pequeña empresa en Bolivia.	1,35	1.96 (720 días)	Eco inversión, ecocapital, ecoindividual	Según requerimiento	De acuerdo al monto solicitado.	Personal, garante, hipotecario y prendario	Aprox. del 18 al 27%	Experiencia mínima de un año
FORTALEZA	El grupo Fortaleza FFP ofrece los productos servicios tradicionales de préstamos, ahorros, tarjetas de debito, giros, boletas de garantía y otros que se encuentren.	0,98	1,16	Microcréditos para comercio, vivienda y consumo	Según requerimiento	De acuerdo al monto solicitado.	Personal, prendario, hipotecario y DPF	Microcréditos 19.36 % y consumo 14.99	Experiencia mínima de un año
LA PROMOTORA	Nace en 1966, tiene el objetivo de intermediación de recursos financieros y otros autorizados por disposiciones legales, para destinarlos al otorgamiento de créditos de vivienda y demás necesidades familiares.	1,51	2,03	Microcréditos para comercio, vivienda y consumo	Desde 2.000 $ en adelante con garantía hipotecaria únicamente	De acuerdo al monto solicitado.		Del 10 al 14 % anual	Experiencia mínima de un año

Fuente: Elaboración propia en base consulta e indicadores de las entidades financieras

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO ABIERTAS

Entidad financiera	Información general	Cuentas de ahorro	Depósito a plazo fijo	Microcréditos				% de interés	Condiciones financieras
				Producto	Monto	Plazo	Garantías		
SAN ANTONIO Ltda.	Nace en 1964 y con licencia del ASFI desde 1994, dando seguridad, confianza y servicios a sus asociados, para captar dinero del público y de nuestros socios, en procura de mejorar el sistema de vida en nuestro país y de sus asociados en particular.	0,20	2,78	Microcréditos para comercio, vivienda y consumo	Desde 100 $ o su equivalente en Bs	De acuerdo al monto solicitado	Personal y hipotecaria	16% anual	Experiencia en el rubro
INCA HUASI Ltda.	Nace el 1978	0,20	3,04	Microcréditos para comercio, vivienda y consumo	Desde 100$ o su equivalente en Bs	De acuerdo al monto solicitado	Personal y hipotecaria	19.20% anual	Experiencia en el rubro
QUILLACOLLO Ltda.	Nace en 1963, con el objetivo de constituirse en una herramienta de desarrollo socio económico. Debido a su crecimiento y solidez en 1999 cuenta con la licencia de funcionamiento por ASFI	0,30	2,78	Hipotecario, garantes. Microcréditos para comercio, vivienda y consumo	Desde 1.000 Bs ó 100 $ según requerimiento	De acuerdo al monto solicitado	Hipotecario y garantes	18 al 22 % anual 1,83 Mensual aprox.	Experiencia en el rubro
LOYOLA Ltda.	Nace en 1964 se desempeña en actividades de intermediación financiera y a partir del 2000 obtiene su licencia de funcionamiento otorgado por la ASFI	0,20	3,04 (720 días)	Hipotecario, garantes	Desde 1.000 Bs hasta lo requerido	De acuerdo al monto solicitado	Hipotecario y garantes		Experiencia en el rubro
PIO X	Nace en 1964, se ha consolidado como entidad de intermediación financiera, trabaja en la búsqueda de la excelencia y a partir del 2000 obtiene su licencia de funcionamiento otorgado por la ASFI.	0,20	2,95	Vivienda, microcrédito, consumo Transporte, comercio	Desde 2100 Bs hasta el 3% del patrimonio de la cooperativa	De acuerdo al monto solicitado	Personal, hipotecaria, depósitos a plazo fijo y documentos en custodia	El interés de 18% anual	Experiencia en el rubro
SAN PEDRO	La cooperativa de Ahorro y crédito San Pedro Ltda fundada el 18 de junio de 1963 tiene por objeto brindar el mejor servicio a sus asociados en cuento al ahorro y crédito	0,80		Microcrédito "creciendo juntos"	Monto hasta $ 7.000.	Plazo hasta 60 meses	Personal hipotecaria	Interés de 18 a 20% anual	Experiencia en el rubro
SAN JOAQUÍN Ltda.	Nace en 1964, con los principios de dar igualdad entre las personas, la neutralidad política, social y religiosa y sobre todo combatir la usura y brindar ayuda económica a la gente más necesitada de la zona sud.	1,07	4,07	Microcrédito	Monto Mínimo $ 2.800 y máximo de.30.400 $ o su equivalente en Bs	Máximo es de 72 meses (6 años)	Hipotecaria	12,13 % anual	Experiencia en el rubro
					Monto Mínimo $ 100 Máximo de $ 30.400 o su equivalente en Bs.	Máximo es de 48 meses (4 años)	Personal	20,71% anual	

Fuente: Elaboración propia con base en indicadores de las entidades financieras.

BIBLIOGRAFÍA

ALEM, Julio y otros
2011: Elementos para la construcción de una visión estratégica del desarrollo autonómico de Cochabamba, (de próxima publicación)

BARRANTES, Rodrigo
2000: *Investigación: Un camino al conocimiento. Un enfoque cuantitativo y cualitativo*. San José: EUNED.

BORJA, Jordi
1994: *Barcelona, un modelo de transformación urbana*. Quito: PGU.

BOISIER, Sergio
2001: *Desarrollo Local ¿De qué estamos hablando?*, en Vázquez Barquero, A. y Madoery, O. (comp.), Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local, Homo Sapiens Ed., Rosario.

CARRIÓN, Fernando (ed.)
2002: *El regreso a la ciudad construida*. Quito: FLACSO, sede Ecuador.

CEDIB
2007: Carpetas Datos de la Zona Sur de Cochabamba. Tomo III

COTORRUELO Menta, Romeo
2001: *Aspectos estratégicos del desarrollo local*, en Vázquez Barquero, A. y Madoery, O. (comp.), Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local, Homo Sapiens Ed., Rosario.

DE LA TORRE AVILA, Leonardo
2006: *No llores, prenda, pronto volveré. Migración, movilidad social, herida familiar y desarrollo.* Bolivia: PIEB, IFEA y UCB.

FERRUFINO, Celia; FERRUFINO, Magda; PEREIRA, Carlos
2007: *Los costos humanos de la emigración.* Cochabamba: UMSS.

HINOJOSA, Alfonso
2006: Familias transnacionales: una aproximación crítica a los ámbitos familiares de la migración Bolivia a España. CLASCO, Proyecto de investigación.

MASCAREÑAS, J. & LEJARRIAGA, G.

1992: "*Análisis de Proyectos de Inversión"*. Eudema. Madrid

MARTNER, Carlos

1995 "*Innovación tecnológica y fragmentación territorial*". *EURE,* 63. Santiago.

MUSOL y Centro Vicente Cañas

2006: *Trabajadores bolivianos desplazados en España contribuyen al desarrollo de la zona sur del departamento de Cochabamba. Documento de Proyecto.* Cochabamba.

PALOMBA, Rossella

2002: Taller sobre calidad de vida y redes de apoyo de las personas adultas mayores, CELADE/ División de población, CEPAL, Santiago, Chile.

ROMERO, Miguel Ángel; URRELO, María Luisa.

Diagnóstico base sobre la migración de población Bolivia a España. La Paz: CEDLA (de próxima aparición).

ROSS, S.; WESTERFIELD, R. y JAFFE, J.

1995: "Finanzas Corporativas". Irwin. Madrid, 3ª ed.

SASSEN, Saskia y SUJATA, Patel

1996: "*Las ciudades de hoy: una nueva frontera*". *Era urbana*, IV, 1. Quito: PGU.

SASSEN, Saskia

1997: "Las ciudades en la economía global". *Ponencia presentada en simposio La ciudad latinoamericana y del Caribe en el nuevo siglo*. Barcelona.

WIRTH, Louis

1988: "*El urbanismo como modo de vida"*. México: UNAM.

The Economist

2011: Economist Intelligence Unit –Global Microscope on the Microfinance Business Environment 2010.

Fondo Monetario Internacional

2011: World Economic Outlook.

Fundación Milenio

2011: Informe de Milenio sobre la Economía, Gestión 2010.

GRAY MOLINA, George

2009: En Crabtree, Gray Molina y Whitehead (Editores). *Tensiones Irresueltas: Bolivia, Pasado y Presente*. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. Ediciones Plural, La Paz, Bolivia.

IZQUIERDO, Alejandro; TALVI, Ernesto

2011: (Coordinadores). One Region, Two Speeds? Challenges of the New Global Economic Order for Latin America and the Caribbean. Banco Interamericano de Desarrollo.

MORALES, Juan Antonio

2007. Profundización Financiera y Crecimiento en Bolivia. IISEC. Documento de Trabajo 05/07.

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)

2010 Informe Regional sobre Desarrollo Humano para América Latina y el Caribe

2009 Informe Mundial sobre Desarrollo Humano

2009. Superando barreras: Movilidad desarrollo humanos. New York.

PNUD Bolivia

2010: Los cambios detrás del cambio, desigualdades y movilidad social en Bolivia. La Paz, PNUD.

RAWLINGS, Laura; RUBIO, Gloria

2003: Evaluating the Impact of Conditional Cash Transfer Programs. World Bank Policy Research Paper 3119.

TAYLOR, Steven; BOGDAN, Robert

1996: *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. España: Paidós.

VÁZQUEZ Barquero, Antonio

2005: Las nuevas fuerzas del desarrollo, Antoni Bosch editor, Barcelona.

WANDERLEY, Fernanda

2009: Más Allá del Gas: Entre la Base Estrecha y la Base Ancha. En Crabtree, Gray Molina y Whitehead (Editores)._ *Tensiones Irresueltas: Bolivia, Pasado y Presente*. Programa de Naciones Unidad para el Desarrollo. Ediciones Plural, La Paz, Bolivia.

PAGINAS WEB:

Centro de investigación y cooperación especializado en remesas de emigrantes
http://www.remesas.org

Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario - CEDLA Encuesta de Empleo y Condiciones de Vida 2010
http://www.paginasiete.bo/2011-03-12/Economia/NoticiaPrincipal/1200000212.aspx)

Fundación para el Desarrollo Empresarial FUNDAEMPRESA
http://www.fundempresa.org.bo

Ministerio de Economía y Finanzas. Presupuesto General del Estado, Varios años.
www.economiayfinanzas.gob.bo

PIEB
s/f "Diálogos Temáticos: Migración". [http://www.pieb.com.bo/dialogos (Visita: septiembre 2010)].

Unidad de Análisis de Política Económica y Social (UDAPE). www.udape.gob.bo
Atlas Financiero (2010).
Atlas de MYPES (2010).

http://www.tesis.ufm.edu.gt/pdf/3421.pdf

http://www.monografias.com/trabajos13/gaita/gaita.shtml

Banco Central de Bolivia
http://www.bcb.gob.bo/?q=prensa/NotasDePrensa&page=1

Instituto Nacional de Estadística
http://www.ine.gob.bo/

Empresas Organizadoras de Eventos Sociales:

http://aybeventosyarte.com/

http://www.tuugo.com.bo/Companies/victoria-eventos-sociales-y-corporativos/1210008

http://www.lostiempos.com/diario/actualidad/economia/20091115/papas-%E2%80%9Cquiero-mis-15-anos%E2%80%9D_45300_78226.html

http://cochabambacity.olx.com.bo/organizamos-matrimonios-agencia-de-bodas-weddings-iid-88234381

http://www.miguiabolivia.com/empresas-guia/organizacion-de-eventos.html

http://es-es.facebook.com/pages/Galezza-Catering-y-Eventos/186183351405963?sk=info

http://www.famosaeventos.com/

http://www.centroelcampo.com.bo/

http://salonelrosedal.blogspot.com/

http://www.servicios.gnb.com.bo/datempresa.php?cod=64484

http://www.fiorentinaeventos.com/

http://www.publiboda.com/cm/directorio/empresas/lugar/bolivia/eventosfiestas/cochabamba/

TESIS CONSULTADA:

CONTRERAS Moscol, Daniel Josseppe; ZERNA Flores, Linda Elizabeth y BRAVO Campoverde, Ana Gabriel

2010 "PLAN de negocios para la creación de una empresa organizadora de eventos en la ciudad de Guayaquil", Escuela Superior Politécnica del Litoral, facultad de Economía.

Centro Scalabriniano de Estudos Migratórios

2008: Seminario: “Migraciones internacionales y derechos humanos”, Brasília / DF – Brasil.

HEMEROTECA

Publicado por Gabriela Imaña - La Prensa - 6/08/2011

SOBRE LOS AUTORES

GUSTAVO RODRIGUEZ OSTRIA

Licenciado en Ciencias Económicas (1977). Máster en Estudios del Desarrollo (1980). Máster en Historia Andina (1991). Docente universitario desde 1977. Desempeñó distintos cargos académicos y públicos: Director de Instituto de Estudios Sociales y Económicos de la Universidad Mayor de San Simón, Cochabamba, Bolivia entre 1983 y 1989. Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociología de la misma universidad de 1992 a1995. Viceministro de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, octubre de 2003 a junio de 2005. Oficial Superior de Cultura del municipio de la ciudad de Cochabamba del 7 de julio de 2007 al 30 de mayo de 2009. Ha sido profesor visitante en varias universidades chilenas. Es miembro de la Academia Boliviana de la Historia. Ha escrito 13 libros sobre la historia y la realidad social de Cochabamba y Bolivia y decenas de artículos publicados en revistas de Bolivia y el extranjero. Actualmente es Director del Centro Cuarto Intermedio.

SUSANA GARCÍA ROMERO

Licenciada en Ciencias de la Educación por la Universidad Mayor de San Simón (2008), con Diplomados en Gestión Municipal otorgado por AMDECO (2007) y Ciudadanías Interculturales e Investigación otorgado por Centro Cuarto Intermedio y la Universidad PIEB (2009), Curso virtual: Mejores Prácticas en Proyectos de Migración, Remesas y Desarrollo – CERLAC / CEBEM. (2ra versión) (2011). Trabajos realizados en el área de educación alternativa (2004 - 2006), responsable del proyecto yuyay pacha, también como facilitadora de módulos sobre formación en gestión municipal (2007) Investigadora y coordinadora del área de Investigación del Programa Desarrollo del Poder Local (2008 - 2009). Tiene escritos artículos sobre participación y control social, territorialidad y migración y desarrollo local. Es Actualmente responsable del área de investigación del Programa Migración del Centro Vicente Cañas – FSU.

GABRIELA GÓMEZ GUERRA

Estudios realizados en el Instituto de Educación Bancaria con Bachillerato, Operadora de Computadoras y Auxiliaría Contable; título de Licenciatura en Ingeniería Comercial de la Universidad Católica Boliviana. Experiencia de trabajo como asesora y responsable de grupos

infantojuveniles parroquiales, colaboración en pequeñas empresas con caja, contabilidad y secretariado, auxiliar administrativa en los Centros Cuarto Intermedio, Centro Vicente Cañas; y asesora comercial de una Asociación de Confeccionistas de Villa Pagador.

RODRIGO GARCÍA AYALA

Trabajó como economista de energía en la Unidad de Análisis de Políticas Sociales y Económicas - UDAPE y Gas Energy, y como asistente de investigación en varios centros de Bolivia y EGADE (México). Sus principales áreas de interés son la microeconomía aplicada, en particular aquellas aplicadas a problemas de organización industrial y regulación en industrias de energía y medioambiente. Tiene escritos artículos sobre la industria manufacturera en Bolivia, regulación en electricidad en América Latina, energía y tratamiento de residuos. Rodrigo es economista por el Tecnológico de Monterrey (México) y obtuvo un Msc en Competencia y Regulación de Mercados en la Barcelona GSE (España).

NEILA MAROFF CLAROS

Licenciada en Administración de Empresas, formación complementaria en 2011 Diplomado en Gestión política y administrativa de unidades educativas (Universidad Técnica Privada Cosmos) 2010 Diplomado en Gerencia de Ventas 2Da Versión (Universidad Mayor de San Simón). Experiencia Profesional en: 2011 - 2010 Responsable del Programa de Apoyo y Fortalecimiento a la Microempresa. FSU - Centro Vicente Cañas. (A partir de septiembre del 2010), 2010 Asesor de Créditos del Banco Solidario S.A. (de Abril a julio) y 2009 - 2007 Asistente Administrativo de la Agropecuaria “El Hortelano”.

JORGE CRUZ CALLA

Licenciado en Psicología Universidad Mayor de San Andrés, de la ciudad de La Paz y Contaduría Publica de ITENCOMP, diplomado y especialidad en Psicología Social Comunitaria CEPSIC, Desarrollo de procesos comunitarios, manejo, organización de centros y defensorías SEDEGES La Paz, Manejo Ley 1178 de administración y control gubernamentales (SAFCO) Contraloría General del Estado. Investigador y Gestor del IIIPP (Instituto de Interacción, Investigación y Post Grado de Psicología-UMSA). Ha desarrollado su actividad laboral en Aldeas Infantiles SOS; apertura, organización de Centros y hogares comunitarios, Fe y Alegría; regional La Paz y Defensor de la Niñez y Adolescencia; en municipios de los Yungas La Paz.
Es Actualmente responsable del Programa Migración del Centro Vicente Cañas – FSU.